



ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO
INSTITUTO POLITÉCNICO DA GUARDA

INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL

CASO DE ESTUDO EMPRESAS DO
SUBSETOR DOS TÊXTEIS A
INDÚSTRIA DE MALHAS DOS
CONCELHOS DE SEIA E GOUVEIA

Curso (s)	Mestrado em Gestão – Especialidade em Empreendedorismo e Inovação
Unidade Curricular	Projeto Aplicado
Ano Lectivo	2010/2011
Docente	Professora Doutora Teresa Paiva
Aluna	Paula Ivete Dias Correia



INSTITUTO POLITÉCNICO DA GUARDA

ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO

**INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL**

**CASO DE ESTUDO EMPRESAS DO SUBSETOR DOS
TÊXTEIS A INDÚSTRIA DE MALHAS DOS
CONCELHOS DE SEIA E GOUVEIA**

**PROJETO APLICADO PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE EM GESTÃO
ESPECIALIZAÇÃO EM EMPREENDORISMO E INOVAÇÃO**

Orientador: Professora Doutora Teresa Paiva

PAULA IVETE DIAS CORREIA

2010/2011

Agradecimentos

O presente projeto aplicado contou com apoios que foram determinantes para que fosse possível a sua realização.

Em primeiro lugar, quero agradecer e salientar o importante papel da orientadora deste trabalho, a Doutora Teresa Paiva. Quero agradecer-lhe pela sua disponibilidade, incentivo, sugestões, paciência, sabedoria e amizade.

Agradeço também à artista plástica Sofia Pina, por me ter guiado em Lisboa na busca incessante por bibliotecas à procura de informação para a realização deste trabalho, despendendo assim do seu tempo.

À minha família pela motivação e carinho que me concederam ao longo da realização deste trabalho, quero agradecer muito em particular à minha mãe e irmã Suzete que foram sempre quem mais me apoiou.

Finalmente, pelo tempo que não usufruímos juntos e pelo apoio que sempre me deu, agradeço e dedico ao meu noivo Nelson este projeto aplicado.

Resumo

A inovação e o desenvolvimento sustentável empresarial é uma temática de enorme pertinência na atualidade para o desenvolvimento sustentável das empresas, tal como muitos autores o afirmam (Santos *et al*, 2005; Drucker, 1986; Tidd, J. e Bessant. J., 1997). Eles são, hoje, considerados fatores de sobrevivência e competitividade das empresas a longo prazo.

Enquadrando a inovação e o desenvolvimento sustentável no contexto empresarial, discutiu-se os conceitos e analisou-se a sua aplicação e evolução pelas instituições reguladoras e organizações que os implementam, com o objetivo de se analisar a inovação e o desenvolvimento sustentável em ambiente empresarial português.

Ao efetuar este estudo foi necessário abordar o desenvolvimento sustentável desde o seu conceito, ao percurso histórico, ao papel que desempenha nas empresas e às estratégias de desenvolvimento sustentável e responsabilidade empresarial, defendidas e implementadas pela União Europeia e Portugal.

A responsabilidade social empresarial, e a sua aplicação nas empresas, foi discutida e abordaram-se as dimensões da responsabilidade empresarial e como é que se transformam numa oportunidade de criação de valor.

Para melhor compreensão e enquadramento na realidade foi desenvolvido um estudo empírico assente na Indústria Têxtil, subsector de Malhas português, onde, através da metodologia definida se pretende mostrar o grau de inovação e desenvolvimento sustentável praticado por estas empresas portuguesas.

Palavras-chave: Inovação, Desenvolvimento sustentável, Indústria Têxtil

Abstract

The theme of innovation and sustainable development are, nowadays, of enormous importance for the business sustainable development, as many authors state (Santos *et al*, 2005; Drucker, 1986; Tidd, J. e Bessant. J., 1997). They are, today, considered factors of business survival and competitiveness, in the long term.

By framing the innovation and sustainable development in the enterprise context, the concepts were discussed and its implementation and evolution by regulatory institutions and organizations that implement were analysed, with the objective of studying the innovation and sustainable development in Portuguese business environment.

To perform this study was necessary to address the sustainable development since its concept, the historical excursus, the role it plays in enterprises and on strategies for sustainable development and corporate responsibility, advocated and implemented by the European Union and Portugal.

Corporate social responsibility and its implementation in enterprises, was discussed and looked at the dimensions of corporate responsibility and how they become an opportunity to create value.

For better understanding and framing an empirical study was developed based on the Portuguese textile industry, subsector mesh, and through the methodology set it was possible to demonstrate the degree of innovation and sustainable development practiced by these Portuguese enterprises.

Keywords: Innovation, Sustainable development, Textile industry

Índice

AGRADECIMENTOS.....	II
RESUMO	III
ABSTRACT.....	IV
ÍNDICE DE FIGURAS.....	II
ÍNDICE DE GRÁFICOS	III
ÍNDICE DE TABELAS	IV
PARTE I – INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL EM CONTEXTO EMPRESARIAL: FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	1
CAPÍTULO I: INTRODUÇÃO	2
1.1 Motivações.....	3
1.2. Objectivos	4
1.3. Estrutura do Projeto Aplicado.....	5
1.3. Metodologia da investigação	6
CAPÍTULO II: A INOVAÇÃO EM CONTEXTO EMPRESARIAL.....	7
2.1. Introdução	8
2.2. Conceitos e Definições de Inovação	8
2.3. Inovação: O Caso Português	10
2.4. Inovação Tecnológica e Ambiental	12
2.5 – Importância da Inovação no Desenvolvimento Sustentável	17
2.6 – A Inovação e a Responsabilidade Social Empresarial	18
2.7 – Análise Sumária:.....	19
CAPÍTULO III: O CONTEXTO DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	21
3.1. Introdução	22
3.2. Discussão sobre o conceito de Desenvolvimento Sustentável e o seu percurso histórico	23
3.3- O papel das empresas no Desenvolvimento Sustentável	31
3.5. Estratégias de Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Empresarial.....	33
3.5.1 Estratégia da União Europeia	33
3.5.1.1 Estratégia Europeia para o Desenvolvimento Sustentável	33

3.5.1.1.1 Objectivos - Chave do desenvolvimento Sustentável	35
3.5.1.1.2 Princípios Norteadores das Políticas de Desenvolvimento Sustentável.....	36
2.5.1.2 Estratégia Europeia para a Responsabilidade Empresarial	37
3.5.2 Estratégia Portuguesa	43
3.5.2.1 Estratégia Portuguesa para o Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Empresarial.....	43
3.5.2.2 Estratégia Portuguesa para a Responsabilidade Social Empresarial.....	46
3.6 Análise Sumária.....	50
CAPÍTULO IV: A RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL E A SUA APLICAÇÃO NAS EMPRESAS.	53
4.1. Introdução	54
4.2. Dimensões da responsabilidade empresarial e a aplicação do modelo de Responsabilidade Social Empresarial (RSE)	54
4.2.1. Dimensão Social.....	55
4.2.2. Dimensão económica	58
4.2.3. Dimensão Ambiental.....	60
4.3. Responsabilidade empresarial como oportunidade de criação de valor.....	62
4.4. Análise Sumária.....	66
PARTE II – CASO DE ESTUDO: INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NA INDÚSTRIA DE MALHAS NOS CONCELHOS DE SEIA E GOUVEIA:.....	68
CAPÍTULO V: ESTUDO EMPÍRICO.....	69
5.1 Introdução	70
5.2. Metodologia.....	70
5.2.1. Enquadramento metodológico.....	70
5.2.2. Problema / Questões de investigação	71
5.2.3. Métodos de recolha de dados	72
5.2.4. Métodos de análise de dados	74
5.3. Caracterização do Setor da Indústria Têxtil e do seu Subsetor a Indústria de Malhas .	78
5.3.1. Caracterização da Indústria Têxtil e do Vestuário	78
5.3.2. Caracterização do Subsector da Indústria Têxtil: a Indústria de Malhas	81
5.4. Apresentação, análise e interpretação dos resultados	82
5.4.1. Identificação e Caracterização das Empresas Inquiridas	83

5.4.2. Análise do Processo de Inovação das Empresas inquiridas	85
5.4.3 – Análise do Processo de Desenvolvimento Sustentável das Empresas	94
4.5.4. Caracterização dos Inquiridos	108
5.5. Discussão dos resultados	110
CAPÍTULO VI: CONSIDERAÇÕES FINAIS	113
6.1 – Conclusões Finais	114
6.2 – Principais Limitações da Investigação	116
6.3 – Sugestões para Futura Investigação	116
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	117
ANEXO 1 – TABELAS DA ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DESENVOLVIDAS PELA UE COM OS 7 PRINCIPAIS DESAFIOS E RESPECTIVAS METAS A ATINGIR, OBJECTIVOS OPERACIONAIS E ACÇÕES.	1
ANEXO 2 – QUESTIONÁRIO APRESENTADO ÀS EMPRESAS	9
ANEXO 3 – INQUERITOS E QUESTIONÁRIOS UTILIZADOS NA REALIZAÇÃO DO QUESTIONÁRIO APLICADO ÀS EMPRESAS	16

Índice de Figuras

Figura 1 – Etapas Significativas: Desenvolvimento Sustentável	31
Figura 2 – Combinação de efeitos de Políticas e Práticas de Sustentabilidade sobre o Valor para os acionistas.....	63
Figura 3 – Esquema de Clara Vantagem (Clear Advantage Process)	65
Figura 4 - Venda de produtos por mercados e prestação de Serviços do CAE 14	81

Índice de Gráficos

Gráfico 1 – Inovação de Desempenho (2009 índice de inovação síntese)	10
Gráfico 2 – Perfil de Portugal ano 2009	11

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Dimensões de Responsabilidade Social das Empresas	39
Tabela 2 – Factores de Criação de Valor.....	64
Tabela 3 – Resumo do Processo de caso	77
Tabela 4 – Análise de fiabilidade	77
Tabela 5 – Empresas selecionadas para dar resposta ao inquérito aplicado	83
Tabela 6 – Volume de faturação das empresas.....	84
Tabela 7 – Capital social das empresas	84
Tabela 8 – Número de colaboradores das empresas	85
Tabela 9 – Importância dos mercados das empresas	85
Tabela 10 – Importância da inovação no desenvolvimento sustentável.....	86
Tabela 11 – Importância de I&D entre os anos de 2009 – 2010	86
Tabela 12 – Parcerias com centros externos de I&D.....	86
Tabela 13 – Introdução de inovação ambiental, social e tecnológica 2009/2010.....	87
Tabela 14 – Preservação do meio ambiente ao adquirir máquinas e equipamentos	87
Tabela 15 – Consumo de electricidade.....	88
Tabela 16 – manuseamento por parte dos operários.....	88
Tabela 17 – A rapidez na produção	88
Tabela 18 – As operações precisas	89
Tabela 19 – O aumento da produção	89
Tabela 20 – A diminuição de operários.....	89
Tabela 21 – Preocupações na aquisição de máquinas	90
Tabela 22 – Dificuldades ou obstáculos à implementação de projetos 2009/2010	90
Tabela 23 – Razões para não ter efetuado inovações 2009/2010	91
Tabela 24 – Risco Económico	92
Tabela 25 – Falta de pessoal qualificado.....	92
Tabela 26 – Dificuldade de adequação a padrões e normas e regulamentação	92
Tabela 27 – Escassez de fontes apropriadas de financiamento	93
Tabela 28 – Elevados custos de Inovação	93
Tabela 29 – Escassas possibilidades de cooperação com empresas/ instituições.....	93
Tabela 30 – Falta de informação sobre tecnologia	94
Tabela 31 – Fraca resposta dos consumidores quanto a novos produtos.....	94
Tabela 32 – Importância das preocupações ambientais/ sociais na estratégia/ missão	95

Tabela 33 – As políticas ambientais na empresa são:	95
Tabela 34 – Escassez de recursos naturais	96
Tabela 35 – Congestão de tráfego	96
Tabela 36 – Utilização de produtos tóxicos/ não recicláveis.....	97
Tabela 37 – Problemas energéticos	97
Tabela 38 – Falhas no fornecimento de água potável.....	97
Tabela 39 – Efluentes	98
Tabela 40 – Poluição	98
Tabela 41 – Pobreza	99
Tabela 42 – Desemprego	99
Tabela 43 – Violência.....	99
Tabela 44 – Falta de formação, habilitações académicas	100
Tabela 45 – Redução do consumo de energia	100
Tabela 46 – Redução da poluição ambiental	101
Tabela 47 – Redução da poluição sonora	101
Tabela 48 – Aumento da Reciclagem.....	101
Tabela 49 – Redução/ tratamento de resíduos perigosos.....	102
Tabela 50 – Redução/ controlo de custos	102
Tabela 51 – Redução dos resíduos e reutilização dos recursos	103
Tabela 52 – Futuro do Planeta.....	103
Tabela 53 – Satisfação de critérios de investimento e melhoria do acesso ao capital	103
Tabela 54 – Redução de indemnizações resultantes de incidentes.....	104
Tabela 55 – Custos financeiros elevados.....	104
Tabela 56 – Complexidade	105
Tabela 57 – Hábitos implementados (resistência à mudança).....	105
Tabela 58 – Afirma a igualdade e equidade do género	106
Tabela 59 – Promove a formação ambiental dos Recursos Humanos	106
Tabela 60 – Preocupação de resíduos e reutilização de recursos	106
Tabela 61 – Compromisso relativo à gestão ambiental	107
Tabela 62 – Melhoria contínua do desempenho ambiental	107
Tabela 63 – Desenvolvimento de produtos com preocupações ambientais.....	107
Tabela 64 – Sexo	108
Tabela 65 – Idade	108
Tabela 66 – Lugar que ocupa na hierarquia da empresa	109

Tabela 67 – Nível acadêmico	109
Tabela 68 – Antiguidade na Empresa.....	109

**PARTE I – INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL EM CONTEXTO EMPRESARIAL:
FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

CAPÍTULO I: INTRODUÇÃO

1.1 Motivações

Tem-se assistido à discussão da problemática do papel de cada agente económico na sustentabilidade do planeta. Neste sentido observamos que o tema da Inovação e Desenvolvimento Sustentável nas empresas tem evoluído e adquirido uma crescente importância nos últimos anos.

As empresas têm adotado melhores práticas de gestão ao nível do desenvolvimento sustentável e da responsabilidade social, económica e ambiental. Estas mudanças obrigam a um novo olhar sobre a atividade das empresas. Dá-se cada vez mais importância às opções tomadas, e aproveitam-se todas as boas ideias, o que por sua vez estimula a inovação e a criatividade, mas tendo sempre como base, práticas orientadas para a sustentabilidade (Santos *et al*, 2005).

Santos *et al* (2005) consideram que existe responsabilidade social empresarial numa perspetiva de desenvolvimento sustentável, sempre que uma empresa desenvolve as suas ações na perspetiva de criação de mais-valia das dimensões económica, social e ambiental.

Estes três aspetos constituem a base da empresa responsável, que se preocupa com as consequências de todos os processos que desenvolve, limitando assim os impactos negativos e reforçando os aspetos positivos (*ibidem*).

A aposta no desenvolvimento sustentável, (Silva, *et al.*, 2005) com base numa maior responsabilidade empresarial, pressupõe o estabelecimento de uma plataforma de ação que por si só potencia a criação de valor.

As empresas devem ter em consideração as pessoas que constituem o capital humano da sua estrutura empresarial, mas também a comunidade em que a empresa exerce a sua atividade económica e com a qual interage, assim como a preservação do meio ambiente (Silva, *et al.*, 2005).

Assim, a empresa passará a utilizar os seus recursos e as competências ao serviço das pessoas, sem ter de se desviar do seu interesse que é a obtenção da rentabilidade através dos produtos ou serviços.

O conceito de empresa responsável possui uma dimensão mais cívica de cidadania, contribuindo, assim, para a criação de uma cultura de responsabilidade que abrange os diferentes níveis de intervenção da empresa na sociedade. Estes diversos tipos de intervenção poderão ser por exemplo, o respeito pela liberdade de atuação dos parceiros sociais e dos recursos comuns, nos múltiplos aspetos que envolvem a empresa, e preocupando-se com a manutenção das condições de operacionalidade do ambiente em que se insere (Santos *et al.*, 2005).

Com este estudo pretende-se perceber de que forma as mesmas desenvolvem a Inovação e o Desenvolvimento Sustentável e se praticam a Responsabilidade Social Empresarial nas empresas do setor têxtil, nomeadamente, e por conveniência, nas indústrias de malhas dos concelhos de Seia e Gouveia.

1.2. Objectivos

Este trabalho de pesquisa pretende alcançar os seguintes objetivos:

- Efetuar um levantamento das principais questões e integração entre Inovação, Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Social Empresarial.
- Analisar a forma como as empresas integram a temática da inovação e do Desenvolvimento Sustentável através da Responsabilidade Social Empresarial.
- Avaliar através de um inquérito se as empresas dos concelhos de Seia e Gouveia da indústria de malhas têm uma política de Inovação e Desenvolvimento Sustentável implementadas e se as integram nas mesmas preocupações ambientais.
- A comparação entre as ideias principais defendidas atualmente, do que as empresas deveriam praticar, e o que existe na realidade.

1.3. Estrutura do Projeto Aplicado

A organização do presente trabalho encontra-se estruturada em duas partes onde constam seis (6) capítulos.

O primeiro capítulo faz uma introdução ao trabalho que se vai realizar e a descrição de como está organizado.

No segundo capítulo aborda-se o conceito de Inovação em contexto empresarial e verifica-se que Portugal foi considerado por um estudo efetuado pela EIS (European Innovation Scoreboard) em 2009 como sendo um país líder de crescimento no grupo de países Inovadores moderados.

Também se fica a perceber neste capítulo de que forma as empresas desenvolvem a Inovação Tecnológica e Ambiental e se a consideram como agente de mudança.

No terceiro capítulo aborda-se o Desenvolvimento Sustentável, e o papel que desempenha nas empresas. O percurso histórico e as estratégias europeias nomeadamente a Portuguesa para o Desenvolvimento Sustentável e a Responsabilidade empresarial e Social também são parte integrante deste capítulo.

O capítulo quatro pretende abordar as dimensões da Responsabilidade Empresarial e a aplicação do modelo de Responsabilidade Social Empresarial, assim como se abordará a Responsabilidade Empresarial como oportunidade de criação de valor.

No quinto capítulo descreve-se a metodologia adotada ao longo de todo o estudo é também caracterizada a Indústria Têxtil do Vestuário e a Indústria de Malhas e realiza-se uma análise e tratamento dos dados do estudo empírica.

O estudo empírico tem como finalidade mostrar, o perfil da inovação e do desenvolvimento sustentável neste tipo de empresas através da análise das práticas de gestão ambiental e social realizada pelas mesmas.

As considerações finais aparecem no sexto capítulo.

1.3. Metodologia da investigação

A metodologia utilizada na realização deste projeto aplicado divide-se em duas partes.

A primeira parte é baseada na fundamentação teórica que teve como base o estudo de artigos científicos, e obras literárias relacionadas com a inovação e o desenvolvimento sustentável em contexto empresarial.

Na segunda parte efetuou-se, um estudo empírico através de inquérito por questionário que teve como objetivo verificar até que ponto as empresas do subsector dos têxteis a indústria de malhas dos concelhos de Seia e Gouveia aplicavam na sua gestão a inovação e sustentabilidade tanto a nível social, económico e ambiental.

CAPÍTULO II: A INOVAÇÃO EM CONTEXTO EMPRESARIAL

“Inovação é a ferramenta específica do empreendedor, o meio através do qual ele explora a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente. Isso é capaz de ser apresentado como uma disciplina, capaz de ser aprendido, capaz de ser praticado.”

(Peter Drucker 1986)

2.1. Introdução

O objetivo deste capítulo é explorar o conceito de Inovação em contexto empresarial na sua vertente ambiental de modo a observar o seu impacto no desenvolvimento sustentável em termos ecológicos. Abordar-se-á, ainda, um pouco da história da Inovação, assim como se fará referência à inovação tecnológica e ambiental.

2.2. Conceitos e Definições de Inovação

Os conceitos de inovação têm evoluído ao longo do tempo no que diz respeito ao entendimento do que significa inovar ou inovação.

A palavra “inovar” deriva do latim *in+novare*, que significa “fazer novo”, renovar ou alterar. (Tidd, J. Bessant. J. Pavitt Keith (2003).

Segundo Michael Vance (2010) a inovação significa ter uma nova ideia ou, por vezes aplicar as ideias de outros em novidades ou de uma forma nova.

De acordo com a OCDE (2005), inovação corresponde à implementação de uma nova ou significativamente melhorada solução para as empresas, novo produto, processo, método organizacional ou de marketing, com o objetivo de reforçar a sua posição competitiva, aumentar o desempenho, ou o conhecimento.

Apesar de existirem várias definições na literatura académica para o termo inovação, não se consegue encontrar uma definição que seja comum a todos. Aquilo que é comum encontrar-se se nos vários conceitos é a ideia de algo novo, que pode ser uma característica de um produto, de um processo ou até de uma técnica.

Para Drucker (1986) a inovação é uma procura deliberada e organizada de mudanças e que raramente resulta de golpes de sorte ou de génio, sendo sim fruto de um esforço sistemático e exigindo um elevado grau de organização.

Tidd, J. e Bessant. J. (1997) definem a inovação como sendo o processo de transformação de oportunidades em novas ideias e a sua colocação em prática.

Dependendo do grau de mudança provocado, os mesmos autores classificam as inovações como radicais ou incrementais. As inovações radicais podem representar uma rutura estrutural com o padrão anterior, já as inovações incrementais referem-se apenas à introdução de alguma melhoria que pode gerar crescimento e eficiência técnica (Tidd *et al*, 1997).

O processo de inovação é social e interativo, (Quandt, (2002) na medida em que as empresas não inovam sozinhas, e recorrem a diversas fontes de informação e de conhecimento, quer internas quer externas às mesmas. Trata-se de uma atividade complexa, composta por várias etapas e diversos agentes, o que dificulta a determinação exata do seu início e do seu fim.

O mesmo processo pode englobar diversas fases, que começam com a perceção de uma oportunidade e progridem até à aceitação comercial do produto ou do serviço que incorpore as soluções tecnológicas encontradas. Mesmo assim, continua a ser difícil determinar quando um processo de inovação está concluído, uma vez que os produtos, serviços ou processos podem continuar a sofrer pequenas inovações incrementais ao longo do seu ciclo de vida (ibidem, 2002).

O objetivo de produzir resultados contínuos conduz forçosamente à necessidade de um método organizado para trabalhar as ideias, detetando assim as mudanças passíveis de se transformarem em oportunidades (Trucker, 2001).

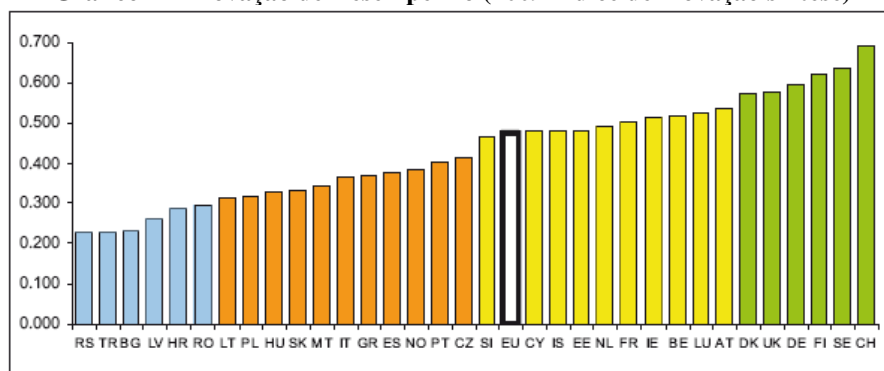
Na opinião de Trucker (2001), a maioria das empresas não tem um método organizado para estimular ou seleccionar as boas ideias. Obviamente que isto se torna necessário, pois nem todas as ideias propostas serão úteis, muitas serão redundantes e outras absolutamente inúteis. Atualmente o ritmo acelerado da mudança a nível global, conduz as empresas à necessidade de reinventarem constantemente de modo a poderem fazer face à concorrência.

Para que as empresas se mantenham competitivas (Ottman J., 2011), é necessário que as mesmas enfrentem os desafios do desenvolvimento sustentável, combinando a inovação com a ecologia através da "Eco Inovação".

2.3. Inovação: O Caso Português

Segundo os resultados do European Innovation Scoreboard (EIS) para o ano de 2009 presentes no índice de Inovação que estão demonstrados no gráfico 1, pode verificar-se que Portugal está bastante abaixo da média da União Europeia e da Irlanda, por exemplo.

Gráfico 1 – Inovação de Desempenho (2009 índice de inovação síntese)



Os dados para os indicadores subjacentes são de 2005 (3,4%), 2006 (34,5%), 2007 (13,8%) e 2008 (48,3%).

Fonte: Relatório da European Innovation Scoreboard, 2009

Este gráfico, de acordo com a European Innovation Scoreboard (EIS) foi feito com base numa análise estatística num período de cinco anos, e divide os países nos seguintes grupos:

1.º Grupo – Este grupo congrega os países Líderes da inovação. Pertencem a este grupo: a Dinamarca, a Finlândia, a Alemanha, a Suécia, a Suíça e o Reino Unido. São estes os que apresentam um grau de inovação e desempenho bem superior ao da EU dos 27 e de todos os outros países que não fazem parte da União Europeia.

2.º Grupo – Este grupo congrega os países Inovadores seguidores. Pertencem a este grupo: a Áustria, a Bélgica, o Chipre, a Estónia, a França, a Irlanda, a Islândia, o Luxemburgo, os Países Baixos e a Eslovénia. Estes países têm um desempenho abaixo das líderes em inovação, mas muito próximo ou superior ao da EU dos 27.

3.º Grupo – Este grupo congrega os países inovadores moderados. Pertencem a este grupo a República Checa, a Grécia, a Hungria, a Itália, a Lituânia, Malta, a Noruega, a Polónia, a Eslováquia, Portugal e Espanha com um desempenho da inovação inferior ao da EU dos 27.

4.º Grupo – Este grupo congrega os países cujo desempenho é bastante inferior à média da EU dos 27, apesar do seu crescimento significativo na inovação. Encontram-se neste grupo a Bulgária, a Croácia, a Letónia, a Roménia, a Sérvia e a Turquia. Atualmente o presente desempenho é crescente em relação à média da EU dos 27.

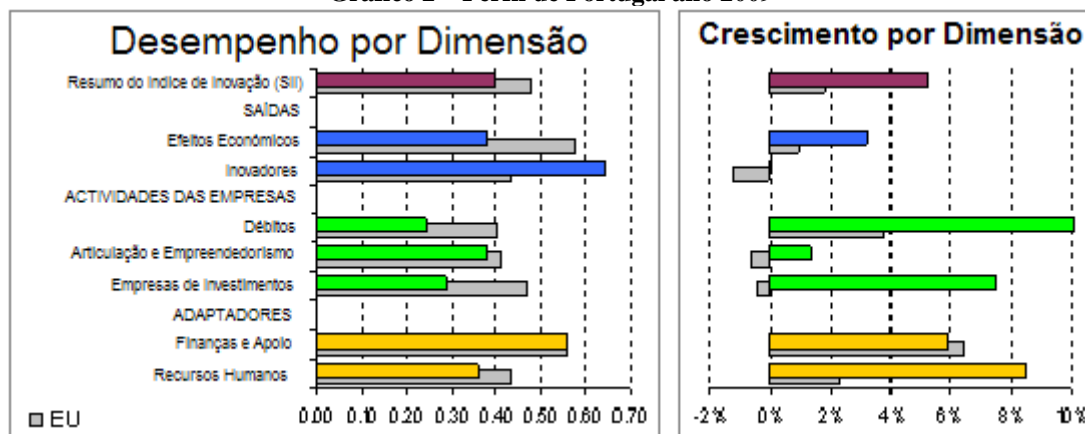
Na análise da EIS, atrás de Portugal apenas estão: a Espanha, a Grécia, alguns dos próximos candidatos à União Europeia (EU) e alguns dos países que entraram recentemente na EU. Neste gráfico pode-se verificar que Portugal ainda está longe de atingir o topo dos países da EU, mas também dos EUA e do Japão.

Este índice de Inovação é composto por cinco grupos de índices são eles:

- ❖ Condutores de inovação (condições estruturais para potenciar a inovação);
- ❖ Criação de Conhecimento (medidas relacionadas com atividades de I&D);
- ❖ Inovação e Empreendedorismo (medidas de esforço de inovação ao nível das empresas);
- ❖ Aplicação (medidas de performance relacionadas com o mercado de trabalho e os negócios em setores de inovação);
- ❖ Propriedade intelectual (resultados ao nível do *Know-how*).

A EIS criou um perfil para cada país onde mostra detalhadamente os pontos fortes e deficiências no desempenho da inovação e os seus principais impulsionadores de crescimento. O gráfico seguinte mostra o perfil referente a Portugal.

Gráfico 2 – Perfil de Portugal ano 2009



Fonte: Relatório da European Innovation Scoreboard, 2009

Segundo a EIS e o gráfico 2, Portugal é um dos inovadores moderados, onde o desempenho da inovação está abaixo da média da EU dos 27 países. Mas pode concluir-se que a taxa de progresso é três vezes maior do que na EU dos 27, tornando Portugal num líder em crescimento no grupo dos inovadores moderados.

Tendo em conta o desempenho médio da Inovação de Portugal verifica-se, através do gráfico, que os índices relativamente fortes são as Finanças e Apoio e os Inovadores, enquanto os índices relativamente fracos são os Investimentos das Empresas e o índice de Débitos.

Nos últimos cinco anos, os Recursos Humanos, os Investimentos das Empresas e os Débitos têm sido os principais impulsionadores para uma melhoria no Desempenho da Inovação. Esta melhoria na taxa de Desempenho da Inovação de Portugal deve-se particularmente ao facto de se assistir a um forte crescimento em Licenciaturas nas áreas de Ciência e Engenharia e Ciências Sociais e Humanas e Doutoramentos. Assim como nas áreas de I&D de Negócios e em Patentes.

Pelo gráfico observa-se que nas outras áreas tem havido um crescimento de atividade, mas a um ritmo lento, exceto nos Inovadores, cujo progresso tem sido mais acelerado.

2.4. Inovação Tecnológica e Ambiental

Considerando que existe uma rápida mudança que ocorre a nível global na atualidade, a inovação tecnológica tornou-se um requisito essencial para todas as empresas, sejam estas Pequenas, Médias ou Grandes Empresas.

Natário *et al* (2010) referem que as pequenas e médias empresas (PME's) desempenham um papel fundamental no processo de inovação, na medida em que são elas em grande parte responsáveis pelo desenvolvimento de novas ideias.

Às empresas já não basta oferecer apenas qualidade aos clientes. Muitas empresas que produziam bens ou serviços de qualidade pereceram nos últimos anos tendo em vista a falta de inovação percebida pelos seus clientes (Chiavenato, 2009).

Segundo Tidd *et al.* (2003) a inovação desempenha um papel importante na mudança progressiva da empresa e do ambiente. Ela é um dos maiores recursos competitivos da empresa.

As mudanças lentas que se faziam nesta área no passado foram substituídas por mudanças rápidas e descontínuas, tornando o mercado totalmente globalizado e inovador. Na visão dos autores, os produtos e serviços sofreram alterações repentinas, existindo muito mais concorrência entre as empresas na busca de novas inovações e novos produtos (Tidd *et al.*, 2003).

A inovação tecnológica, para Reis (2004), é o principal agente de mudanças no mundo atual, pois é através da inovação que os diversos países e organizações obtêm vantagens competitivas e subsequentemente um maior crescimento e desenvolvimento sustentável.

O conceito de inovação tecnológica que orienta a ação empresarial, pode ser sintetizado como a ampliação da produção e a introdução de novos produtos, nesse sentido, Caron (2003) refere que inovar é produzir o que a empresa não produzia anteriormente, é comprar máquinas mais modernas e que produzam mais quantidade de produtos.

O mesmo autor conclui que as pré-condições básicas para a inovação nas empresas se apoiam no progresso tecnológico, cujo dinamismo está associado à especificidade de cada área de atividade e da configuração da concorrência e dos fatores de competitividade.

Já Natário *et al* (2010) reforçam essa ideia ao afirmarem que as empresas melhoram a produtividade/competitividade através do progresso tecnológico.

A tentativa de organizar os conceitos e a aplicação da inovação nas atividades das empresas levou alguns autores a propor modelos de inovação, que se diferenciam pela natureza do processo inovador.

Alguns desses modelos baseiam-se numa visão estática do processo inovador. Abernathy e Clark (1995) formularam um modelo baseado em interpretações das razões pelas quais as empresas presentes no mercado podem superar o desempenho dos novos concorrentes, partindo da existência de conhecimentos tecnológicos e de mercado, para gerar inovações.

O Modelo Organizacional desenhado por Tushman e Anderson (1986), supõe que a inovação tem dois tipos de impactos sobre nas empresas: a inovação radical ou incremental.

É radical quando o conhecimento tecnológico necessário para gerar a inovação é muito diferente do conhecimento existente, que se torna obsoleto. Tais inovações, produzem novos produtos tão superiores aos anteriores, que estes se tornam não competitivos.

É Incremental quando o conhecimento requerido para oferecer novos produtos se apoia em conhecimentos existentes. A inovação é considerada como capaz de enfatizar competências e permitir que os produtos antigos continuem a ser competitivos.

Mais tarde, Afuah (1998), trouxe uma importante contribuição para a visão do processo inovador ao apresentar um modelo, denominado de Cadeia de Valor. Neste modelo, a inovação é o elemento fundamental para explicar a obtenção de lucro pelas empresas. O autor propõe que a capacidade de uma empresa para obter produtos de baixo custo e diferenciados depende das suas competências e dos seus atributos.

A inovação é o uso de novos conhecimentos tecnológicos e de mercado para oferecer um novo produto ou serviço aos consumidores (Drucker (1991).

O mesmo autor considera que o produto é considerado novo, se ele tiver um custo unitário inferior (o método de fabrico foi otimizado ou modificado), se os seus atributos tiverem sido melhorados, se o produto apresentar novos atributos (que não possuía antes) ou se ele representar novidade para o consumidor (produto que nunca existiu antes no mercado).

Existem diversas abordagens para o conceito de inovação, que se voltam tanto para as organizações como para o consumidor. Todavia essa diversidade de interpretações não esconde o facto de que a inovação tecnológica é geradora de transformações profundas nos mercados, alterando os comportamentos dos consumidores e a postura estratégica das empresas (Druker, 1991).

Podemos, então, entender a inovação como sendo o ato de fazer algo de forma diferente, a partir de um processo de criação de novas ideias que surgem da criatividade humana (Sarkar, S., 2007).

Sarkar, S., (2007) considera ainda que para que as empresas tenham sucesso tanto a curto como a longo prazo é necessário que desenvolvam capacidades tecnológicas que permitam que elas caminhem no sentido de criarem e incorporarem inovações que tenham capacidades para obterem vantagens económicas e uma consciência ambiental maior através da inovação, e desta forma criaram vantagens competitivas em relação aos seus concorrentes e assim alcançar uma melhor posição no mercado.

Segundo Asher *et al*, (2002) para que exista uma maior consciência ambiental e se desenvolvam inovações ambientais é necessário que se conjuguem três fatores determinantes são eles:

- **O incentivo à inovação** por parte dos governos, dando às empresas condições apropriadas que permitam o desenvolvimento de produtos com menor impacto ambiental.
- **O conhecimento:** é de extrema importância que as empresas possuam o máximo conhecimento possível do mercado, dos produtos e da tecnologia existente para poderem inovar e produzir através de um novo processo ou de um novo produto.
- **Capacidades de gestão:** é necessário que as empresas adquiram capacidades de gestão ao nível dos processos de inovação e de institucionalização da liderança.

Dosi, Teece e Winter (1992) consideram importante que as empresas adquiram capacidades de resposta às mudanças ambientais no mercado e ao mesmo tempo ganhem uma consciência ambiental. E apontam quatro processos: a aprendizagem e rotina; a dependência da trajetória; o ambiente e seleção e a competência central as quais serão explicadas de seguida.

- 1- **A aprendizagem e rotina** – é um processo acumulativo e iterativo de capacidades e competências tecnológicas que ocorre nas empresas e que possibilita uma execução mais rápida das tarefas. Este processo é baseado na repetição, experimentação, tentativa e erro, e principalmente na rotina organizacional codificada ou tácita. As rotinas são entendidas como o elemento no qual o conhecimento empírico da empresa está armazenado. Estas rotinas representam padrões de soluções bem-sucedidas, aplicadas em problemas específicos. A base da diferenciação competitiva das empresas está no conhecimento tácito, considerado um ativo específico ou intangível

da empresa, na medida em que esse conhecimento não está codificado, sendo assim é mais difícil de ser adquirido e transferido. (Dosi, *et al*, 1992).

- 2- **Dependência da trajetória (*path dependence*)** – este processo permite indicar o caminho da evolução de uma empresa. Este caminho é determinado pelas capacidades e competências acumuladas e pela natureza dos seus ativos específicos, onde o passado e a história da empresa têm importância (Ibidem).
- 3- **Ambiente e seleção** – a diversidade de ambientes de seleção permite explicar a existência da trajetória tecnológica diferente e a diversidade de estruturas de mercados e de características institucionais dos ambientes nos quais as empresas evoluem (Ibidem).
- 4- **Competência central (*core competence*)** – este processo envolve a competência das empresas de resolverem os seus problemas organizacionais, económicos e técnicos. A capacidade de competitividade empresarial é atualmente vista como um conjunto de competências e de rotinas, que faz com que a evolução de empresa dependa da transformação das competências secundárias em competências centrais, à medida que surgem oportunidades de inovação tecnológicas e ambientais (Ibidem).

Para que estes quatro processos se desenvolvam é necessário que exista uma abordagem baseada nos recursos que esteja fundamentada na premissa de que são os recursos e as capacitações organizacionais que propiciam a inovação nas empresas (Wernerfelt, 1984).

Para que as empresas se desenvolvam de uma forma sustentada é necessário que adquiram competências a nível de inovação tecnológica ambiental.

A inovação ambiental é uma inovação tecnológica que resulta em benefícios ambientais. As empresas que recorrerem à inovação ambiental estão a desenvolver uma gestão tecnológica que traz ganhos ao meio ambiente (Teece et al., 1997).

Kemp, Smith e Becher (2000) apresentam classificações sobre tecnologias ambientais e inovações ambientais que atuam na empresa com a finalidade de evitar a poluição. Os autores entendem que as inovações ambientais podem ser classificadas a partir de três tipos:

- ❖ **As tecnologias fim-de-linha (*end-of-pipe*) ou remediadoras** – atuam de forma a controlar a poluição após serem geradas as emissões e existirem os problemas ambientais;
- ❖ **As tecnologias limpas ou mais limpas** – atuam sobre os produtos e os processos preventivamente, na origem de emissões ambientais;
- ❖ **A reciclagem** – deve ser entendida como um terceiro tipo de tecnologia ambiental, apresenta características fim-de-linha (na reciclagem externa) e características de tecnologias mais limpas (nas modificações integradas de produtos e processos).

As abordagens mais difundidas na prevenção da poluição são a ecoeficiência, a produção limpa, a produção mais limpa e a ecologia industrial.

A prática destas abordagens resulta em benefícios ambientais para a empresas e para a sociedade, porque se baseiam na procura da produtividade dos recursos, reduzindo o uso de materiais e energia e integrando nos processos de produção das empresas a prevenção da poluição (Kemp, et al., 2000).

A existência de muitas barreiras a serem ultrapassadas para que as empresas apliquem estes conceitos na totalidade no setor industrial, porque a implementação destes conceitos implicam a modificação de algumas atividades desenvolvidas tanto a nível económico como a nível da cadeia de produtividade. Neste sentido, os conceitos de produção mais limpa e de ecoeficiência são os mais utilizados nas empresas pois existe muita dificuldade por parte das empresas em adotar uma produção completamente limpa e tecnologicamente inovadora que não vá gerar resíduos (Ibidem, 2000).

2.5 – Importância da Inovação no Desenvolvimento Sustentável

Hall e Vredenburg (2003), referem que a inovação orientada para o desenvolvimento sustentável, deve incorporar as restrições trazidas pelas pressões sociais e ambientais, assim como considerar as gerações futuras.

Atualmente desenvolvem-se novos conhecimentos a par dos fenómenos sociais, ambientais e económicos. Assim, o potencial da criatividade humana, tanto do ponto de vista tecnológico, quanto político e organizacional, pode levar à sustentabilidade, por meio de reformas graduais e contínuas (Schommer, 2008).

As capacidades das empresas, em termos de produção e em uso do conhecimento (Staub, 2001), assumem cada vez mais um papel central, na competitividade

A inovação de acordo com Cassiolato et al (2000), é a principal forma de competição entre os países e que as empresas são os principais agentes do desenvolvimento sustentável e que terão de se orientar para a sustentabilidade cada vez mais.

A melhor forma de contribuir para o desenvolvimento sustentável é através das empresas e da sua capacidade de prosperar e contribuir para a prosperidade da sociedade através da inovação, da criação de novos bens e serviços capazes de satisfazer os desafios atuais, e futuros (Schommer 2008).

Schommer (2008), diz que é possível conciliar proteção ambiental, equilíbrio social e crescimento económico. Diz, ainda, que quanto mais integrados forem estes três fatores, mais nos aproximamos da sustentabilidade. Estes fatores podem ser integrados no quotidiano dos indivíduos, na gestão das empresas ou nas relações entre organizações e países, em diversos setores.

2.6 – A Inovação e a Responsabilidade Social Empresarial

Outro fator de inovação empresarial, é a Responsabilidade Social Empresarial (RSE), (Barboza, 2011).

Pois é através da mudança de comportamentos e atitudes que as empresas têm alcançado resultados muito satisfatórios, não só em agregar valor social e transmitir uma boa imagem da empresa, mas também em termos materiais (lucro) (ibidem).

O Instituto Ethos afirma que a responsabilidade social tem-se tornado cada vez mais uma necessidade e não um “acessório” nas organizações uma vez que o mundo e a sociedade estão

a exigir empresas limpas, e preocupadas com a comunidade e que façam o possível para minimizar o seu impacto sobre o meio onde estão inseridas.

Em contrapartida, as pessoas veem nessas organizações o diferencial que os impulsionam para a compra, a inovação não mais no produto, que depois de pronto só necessita de atualizações periódicas, mas sim na forma de pensar e de agir, na forma de encarar o lugar onde estão instaladas e pessoas que vivem ali, bem como tornar essa perspectiva mais humana, mais social, e assim, contribuir de forma significativa financeiramente e socialmente, como também se beneficiando financeiramente e socialmente (ibidem).

Portanto, a Responsabilidade Social Empresarial como fator de inovação nas empresas, quando empregada criteriosamente e responsavelmente, só traz benefícios para ambas as partes envolvidas diretamente e também para todos envolvidos indiretamente (ibidem).

2.7 – Análise Sumária:

Neste capítulo foram apresentados vários conceitos e definições de Inovação. Tentou-se também perceber melhor como se desenvolve a Inovação no contexto empresarial.

Neste sentido pôde-se constatar que Portugal em 2009 foi considerado por um estudo feito pela EIS um país líder em crescimento no grupo dos países inovadores moderados e que o que contribuiu para impulsionar a melhoria no desempenho da inovação foram os recursos humanos, os investimentos das empresas e os débitos.

Para se ter uma noção mais clara da forma como as empresas desenvolvem a inovação, verificou-se que a inovação tecnológica e a inovação ambiental são um dos principais agentes de mudança no mundo atual das empresas e que o sucesso se alcança através da criação de competências tecnológicas que permitam desenvolver inovações com capacidade para obter vantagens económicas e uma maior consciência ambiental.

Assim sendo, e verificando que é necessário que exista uma maior consciência ambiental nas empresas temos que referir a importância da inovação no desenvolvimento sustentável (tema este que será mais aprofundado na capítulo III) que deve ter sempre em consideração as gerações futuras e incorporar as restrições acompanhadas pelas pressões sociais e ambientais.

Deste modo a Inovação contempla também a responsabilidade social empresarial como sendo um fator importante na mudança de comportamentos e atitudes nas empresas. Pois só este fator é que traz benefícios para todas as partes envolvidas, na medida em que as pessoas o veem como diferenciador. É de extrema importância que as empresas contribuam para que a localidade onde estão instaladas se tornem num meio mais humano e mais social.

CAPÍTULO III: O CONTEXTO DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

“Desenvolvimento sustentável é o desenvolvimento capaz de suprir as necessidades da geração actual, sem comprometer a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações. É o desenvolvimento que não esgota os recursos para o futuro.”

Definição da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento criada pelas Nações Unidas para discutir e propor meios de harmonizar dois objetivos: o desenvolvimento económico e a conservação ambiental.

3.1. Introdução

O desenvolvimento sustentável é o maior desafio do nosso tempo (Mulder, Ferrer, Lente, 2011).

Um dos aspetos que mais profundamente deve marcar o desenvolvimento é o seu carácter “sustentável”, isto é, deve ser respeitada a capacidade de as gerações futuras poderem desencadear os seus próprios processos de desenvolvimento, sem que este tenha sido, *a priori*, comprometido pelas gerações atuais. Só podemos, portanto conceber o desenvolvimento, se forem respeitadas todas as vertentes do social (Santos *et al.* 2005).

De acordo com a Estratégia Nacional de Desenvolvimento Sustentável (ENDS, 2006), a procura de um modelo mais sustentável de evolução da sociedade tem sido uma preocupação dominante nas últimas décadas face ao conjunto de oportunidades, mas também de ameaças, que afetam o conjunto do tecido social, a estrutura das atividades económicas e o equilíbrio ambiental.

Um desenvolvimento sustentável pressupõe a preocupação não só com o presente mas com a qualidade de vida das gerações futuras, protegendo recursos vitais, incrementando fatores de coesão social e equidade, garantindo um crescimento económico amigo do ambiente e das pessoas, (Ibidem).

Esta visão integradora do desenvolvimento, com harmonia entre a economia, a sociedade e a natureza, respeitando a biodiversidade e os recursos naturais, de solidariedade entre gerações e de responsabilização e solidariedade entre países segundo a ENDS (2006), constitui o pano de fundo das políticas internacionais e comunitárias de desenvolvimento sustentável que têm vindo a ser prosseguidas.

Biderman *et al* (2007), afirma que a humanidade atravessa atualmente uma crise ambiental, que implica a destruição progressiva da biodiversidade, o aumento de substâncias perigosas no ambiente, o crescimento exponencial do volume de resíduos, a contaminação e escassez de água doce e limpa, a degradação de florestas, as mudanças climáticas que são agravadas pelo uso cada vez maior de combustíveis fósseis na produção de energia.

O consumo excessivo dos recursos da Terra continua a aumentar a taxas alarmantes, gerando enormes problemas ambientais a nível global, comprometendo assim a vida sobre a Terra e o

futuro das próximas gerações. Estes problemas afetam, a curto e a longo prazo, o desenvolvimento humano e a proteção dos ecossistemas e de todas as formas de vida no planeta (Ibidem).

De acordo com Cidac (2010), é necessário pensar globalmente e agir localmente, é preciso unir esforços a nível das autoridades locais e dos governos e definirem-se objetivos sociais e ambientais a alcançar.

Expressões como consumo responsável, proteção do meio ambiente, responsabilidade social, são cada vez mais utilizadas e torna-se cada vez mais consciente a necessidade de agirmos em conjunto para assegurar um desenvolvimento sustentável, onde as decisões políticas e económicas se colocam de facto ao serviço da humanidade (Cidac, 2010).

O Desenvolvimento Sustentável pressupõe assim a procura de um modelo de desenvolvimento capaz de gerar riqueza e contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade como um todo sem comprometer a qualidade do ambiente, de forma a assegurar que as gerações futuras tenham um ambiente pelo menos tão bom quanto o usufruído atualmente (ENDS 2006).

Mas, embora a expressão “desenvolvimento sustentável” se tenha vulgarizado nos meios políticos e seja sobejamente referida na comunicação social, é fundamental que se reflita sobre a sua implementação concreta, em particular no meio empresarial (BSCD Portugal, 2010).

3.2. Discussão sobre o conceito de Desenvolvimento Sustentável e o seu percurso histórico

Há vários anos que as questões relacionadas com o desenvolvimento foram tratadas como um patamar mais elevado do que o simples crescimento económico. Se a ligação entre crescimento económico e coesão social, nos âmbitos nacional, regional e global, constituíram um dos primeiros traços diferenciadores, a proteção ambiental somou-se a estas preocupações, quando o desenvolvimento económico começou a pôr em causa o futuro para as novas gerações (ENDS, 2004).

É neste contexto que se desenvolvem atualmente preocupações políticas a nível global, regional, nacional e local, focalizadas na preocupação com a sustentabilidade do desenvolvimento, tendo em conta as futuras gerações e o equilíbrio entre o desenvolvimento económico, social e ambiental (Ibidem).

A expressão sustentabilidade terá aparecido pela primeira vez em 1980, num relatório da International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources (IUCN), World Conservation Strategy, que sugere esse conceito como uma aproximação estratégica à integração da conservação e do desenvolvimento coerente com os objetivos de manutenção do ecossistema, preservação da diversidade genética e utilização sustentável dos recursos.

Começou a dar-se mais importância ao desenvolvimento sustentável em 1987 através do relatório da World Commission on Environment and Development, que defende a preservação dos recursos naturais, através do equilíbrio entre a atividade humana e da capacidade da natureza se renovar, (Paiva, 2004).

Para Schommer (2007) o desenvolvimento sustentável sugere, a qualidade em vez de quantidade, com a redução do uso de matérias-primas e produtos e o aumento da reutilização e da reciclagem, o que mostra a estreita relação entre inovação e desenvolvimento sustentável.

À medida que cresce a consciência da sociedade sobre a interdependência entre as dimensões económicas, sociais e ambientais da vida, tende a crescer o envolvimento das empresas no movimento da responsabilidade sócio ambiental, seja por motivação intrínseca, seja por pressões dos media, dos consumidores, dos concorrentes, da legislação ou dos financiadores (Ibidem).

Para Bartlett (1998) o termo sustentável significa poder preservar algo ao longo do tempo, isto quer dizer que qualquer aspeto de uma sociedade que seja insustentável não pode ser mantido por muito tempo e deixará de funcionar numa qualquer altura.

Assim, a sustentabilidade abrange vários níveis de organização, relacionados com a continuidade de aspetos económicos, sociais, culturais e ambientais da sociedade humana, desde a vizinhança até ao planeta inteiro.

Biderman (2007), refere que não basta reduzir a pressão sobre os recursos naturais, há que garantir igualdade de oportunidades a todos os cidadãos e prosperidade dos setores produtivos para que as cidades e nações se desenvolvam com equilíbrio, hoje e no futuro. Para isso, é necessário um esforço concertado, onde os governos têm um papel-chave.

No conceito de “desenvolvimento sustentável” está, não só a preocupação com o desenvolvimento atual, como também a preservação de aspetos qualitativos visando o bem-estar presente e perspectivando o bem-estar das gerações vindouras.

Trata-se, portanto, de um desenvolvimento preferencialmente centrado nas pessoas, nas suas necessidades, na maneira como encaram o futuro, atendendo às potencialidades e especificidades do local onde estão inseridas.

Atualmente o modelo de crescimento seguido gerou um enorme desequilíbrio no mundo. Por um lado, temos riqueza e a fartura e por outro temos a miséria, a degradação ambiental e a poluição que aumentam a cada dia no mundo (Mendes, 2010).

Perante este facto, surgiu a ideia do desenvolvimento sustentável (DS), em que se procurou conciliar o desenvolvimento económico com a preservação ambiental e, ainda, o fim da pobreza no mundo.

Uma das primeiras iniciativas tomadas em relação ao impacto ambiental do desenvolvimento económico foi a Conferência de Estocolmo que se realizou no ano de 1972.

A Conferência de Estocolmo foi considerado o primeiro grande fórum internacional de discussão entre países ricos e pobres e entre diferentes grupos de interesse.

De acordo com o relatório da Conferência de Estocolmo (1972)¹ o debate centrou-se no estabelecimento de um programa de contenção e prevenção da poluição industrial, com o intuito de existir um equilíbrio entre o desenvolvimento económico e a necessária proteção ambiental.

¹ Adaptado da Declaração da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano DECLARAÇÃO DE ESTOCOLMO SOBRE O AMBIENTE HUMANO (Estocolmo/Junho/72)

Anos mais tarde realizou-se a Comissão Mundial para o Ambiente e Desenvolvimento, presidida pelo ministro da Noruega Gro Harlem Brundtland. Esta comissão ficou conhecida como Relatório Brundtland. Este relatório constituiu um documento fundamental enquanto princípio orientador das futuras estratégias de crescimento económico e de desenvolvimento humano (Comissão Mundial sobre meio ambiente e Desenvolvimento, 1987).

O Relatório Brundtland publicado em 1987 constitui uma forte chamada de atenção para as responsabilidades dos estados e das organizações no desenvolvimento económico, ambientalmente sustentável.

O mesmo relatório aponta para a incompatibilidade entre o desenvolvimento sustentável e os padrões de produção e consumo existentes e indicia uma série de medidas a serem tomadas pelos países para promover o desenvolvimento sustentável.

Entre elas:

- ❖ A limitação do crescimento populacional;
- ❖ A garantia de recursos básicos (água, alimentos, energia) a longo prazo;
- ❖ A preservação da biodiversidade e dos ecossistemas;
- ❖ A diminuição do consumo de energia e desenvolvimento de tecnologias com uso de fontes energéticas renováveis;
- ❖ O aumento da produção industrial nos países não industrializados com base em tecnologias ecologicamente adaptadas;
- ❖ O controlo da urbanização desordenada e integração entre campo e cidades menores;
- ❖ O atendimento das necessidades básicas (saúde, escola, moradia).

O relatório aponta também metas a nível internacional, tais como:

- ❖ A adoção da estratégia de desenvolvimento sustentável pelas organizações de desenvolvimento (órgãos e instituições internacionais de financiamento);

- ❖ A proteção dos ecossistemas supranacionais como a Antártica, oceanos, etc., pela comunidade internacional;
- ❖ O banimento das guerras;
- ❖ A implantação de um programa de desenvolvimento sustentável pela Organização das Nações Unidas (ONU).

De acordo com o relatório o conceito de desenvolvimento sustentável deve ser assimilado pelas empresas e pelos seus líderes como uma nova forma de produzir sem degradar o meio ambiente, estendendo essa cultura a todos os níveis da organização, para que seja formalizado um processo de identificação do impacto da produção da empresa no meio ambiente e resulte na execução de um projeto que alie produção e preservação ambiental, com uso de tecnologia adaptada a esse preceito.

Outras medidas que constam do relatório para a implantação de um programa minimamente adequado de desenvolvimento sustentável são:

- ❖ O uso de novos materiais na construção;
- ❖ A reestruturação da distribuição de zonas residenciais e industriais;
- ❖ O aproveitamento e consumo de fontes alternativas de energia, como a solar, a eólica e a geotérmica;
- ❖ A reciclagem de materiais reaproveitáveis;
- ❖ O consumo racional de água e de alimentos;
- ❖ A redução do uso de produtos químicos prejudiciais à saúde na produção de alimentos.

Pode afirmar-se que a partir do relatório Brundtland, o mundo assumiu que já não fazia sentido dissociar as políticas de proteção ambiental com a necessária integração com o desenvolvimento das populações.

A política utilizada anteriormente pelos países que preconizava uma redução do crescimento económico, é agora substituído por uma dinâmica de desenvolvimento sustentável.

Outro dos grandes passos dados no desenvolvimento sustentável foi dado no ano de 1992, aquando da realização da Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e

Desenvolvimento no Rio de Janeiro que ficou conhecida como Rio-92, Cimeira do Rio ou Cimeira da Terra.

Pode afirmar-se que é com a Cimeira Do Rio que se estabelece uma verdadeira política de desenvolvimento sustentável a nível global.

O objetivo desta cimeira foi a reconciliação do desenvolvimento económico a par com a proteção do ambiente. Estiveram presentes na cimeira 117 chefes de Estado, foi a maior reunião de líderes de sempre. O que comprovou o interesse posto ao mais alto nível político na defesa do planeta e questões ambientais.

No total, a Declaração do Ambiente e Desenvolvimento da Cimeira do Rio produziu 27 princípios fundamentais tendentes a salvar a Terra dos perigos provocados pelo desenvolvimento industrial e económico, atendendo, sobretudo, à necessidade de manutenção de um equilíbrio entre esse mesmo desenvolvimento e os recursos não-renováveis do planeta.

Segundo o relatório da Cimeira do Rio conhecida como cimeira da terra foram aprovadas duas convenções, que se destacam são elas a convenção do aquecimento global da Terra e a da diversidade biológica.

A Convenção do aquecimento global da terra exige que as nações reduzam a sua emissão de dióxido de carbono, metano e outros gases que sejam responsáveis pelo buraco na camada de ozono da atmosfera.

Relativamente à convenção da diversidade biológica a principal consequência foi a obrigatoriedade imposta aos Estados de procederem a um inventário das espécies de plantas e de animais selvagens que se encontram em perigo de extinção no seu território.

Com a realização desta cimeira os países puderam chegar a um consenso no sentido de que, os países desenvolvidos eram os maiores responsáveis pelos danos ao meio ambiente, e que os países em desenvolvimento necessitavam de apoio financeiro e tecnológico para caminhar para o desenvolvimento sustentável, um tema central em todas as discussões.

No entanto, o principal documento assinado na RIO-92 foi o Agenda 21, que consistia num conjunto de ações e políticas a serem implantados por todos os países participantes da

conferência, a fim de promover uma nova política de desenvolvimento, pautada na responsabilidade ambiental.

Uma das críticas à Agenda 21 é que, embora tenha sido ratificado por todos os países, apresentava apenas propostas sem estabelecer prazos, neste aspeto é diferente do Protocolo de Kyoto assinado em 1997, que fixava metas específicas para a redução da emissão de gases poluentes causadores do efeito estufa.

Com o objetivo de aferir o resultado dos acordos estabelecidos, foram realizadas mais duas cimeiras deste género no âmbito da ONU: a primeira ocorreu em 1997 conhecida por (Rio + 5), em Nova Iorque, e a segunda em 2002, em Joanesburgo.

Na cimeira de Joanesburgo estiveram representantes de governos de mais de 150 países, grandes empresas, associações setoriais, organizações não governamentais, milhares de pessoas, entre elas delegações e jornalistas do mundo inteiro, reuniram-se no final de agosto de 2002, em Joanesburgo, maior cidade da África do Sul, para a Cimeira Mundial do Desenvolvimento Sustentável, esta cimeira ficou conhecida como (Rio + 10).

Foi nesta cimeira que pela primeira vez, a comunidade internacional se reuniu para discutir o meio ambiente global e as necessidades de desenvolvimento.

A Conferência levou à criação do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) e à maior compreensão da urgência de se adotar um novo posicionamento diante das questões ambientais.

Essa nova forma de pensar sobre o meio ambiente uniu países industrializados e em desenvolvimento em torno de um objetivo comum e desencadeou uma série de conferências mundiais sobre temas como alimentação, moradia, população, direitos humanos, biodiversidade planetária e participação da mulher na sociedade, entre outros.

O objetivo principal da conferência de Joanesburgo seria a de rever as metas propostas pela Agenda 21 e direcionar as realizações às áreas que requerem um esforço adicional para sua implementação, assim como refletir sobre outros acordos e tratados da conferência do Rio-92.

Esta Conferência Mundial levaria à definição de um plano de ação global, capaz de conciliar as necessidades legítimas de desenvolvimento económico e social da humanidade, com a obrigação de manter o planeta habitável para as gerações futuras.

No entanto, o que se verificou na Conferência *Rio+10* foi o facto de se ter destacado por mencionar os problemas da globalização e pelo facto de detalhar um plano de implementação que, embora quase não traga metas quantitativas, inicia uma ação coletiva rumo à proteção ambiental conjugada ao desenvolvimento económico e social.

Segundo a Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável o presidente Fernando Henrique Cardoso no encerramento de sua participação em Joanesburgo, afirmou:

“O Encontro Mundial não avançou no caminho do nosso sonho, mas noutra direção, para percebermos que cada país tem que fazer a sua parte. Se formos esperar que os ricos venham fazer as coisas por nós, vamos esperar muito tempo e eles não farão nada. Nós é que temos que cuidar da nossa mega diversidade e fazer com que o nosso exemplo possa ser seguido”.

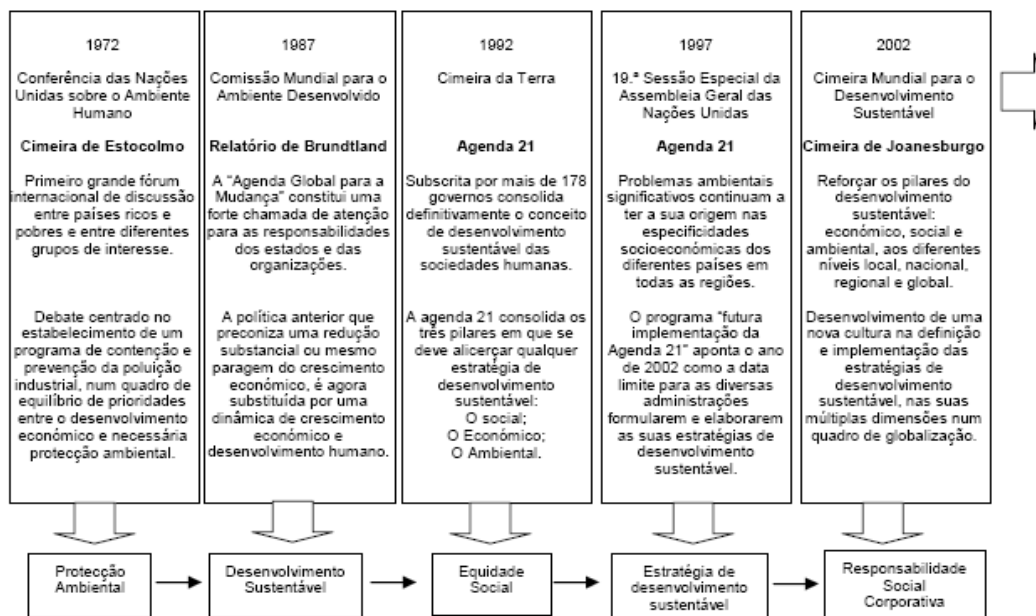
Este foi o espírito de Joanesburgo. Diversidade de opiniões e posturas, muitas vezes conflitantes. A Cimeira Mundial do Desenvolvimento Sustentável não conseguiu produzir todos os avanços esperados.

Cabe então às sociedades, e aos países realmente preocupados com a questão ambiental, continuar a luta por um mundo melhor para todos.

O próximo passo a dar na concretização do Desenvolvimento Sustentável será a realização em 2012 no Rio de Janeiro a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (Rio + 20).

Pode verificar-se na figura 1 o resumo do que foi até ao momento o desenvolvimento sustentável e as suas etapas.

Figura 1 – Etapas Significativas: Desenvolvimento Sustentável



Fonte: Adaptado de Santos, *et al* (2005)

3.3- O papel das Empresas no Desenvolvimento Sustentável

As empresas são um componente importante da sociedade, geram riqueza e crescimento económico (Comissão das Comunidades Europeias, 2001). As principais funções de uma empresa são criar valor, emprego e boas condições de trabalho. E nas mesmas deve existir um espírito empresarial altamente responsável (Baylis e Smith 2005).

A existência nas empresas de um espírito empresarial responsável só traz vantagens, que passam pela satisfação dos trabalhadores, criação de uma relação de confiança e boa reputação, expansão da carteira de clientes e fidelização dos mesmos, garante a confiança da comunidade e a proteção do ambiente (Melícias 2003).

A Comissão das Comunidades Europeias (2002) assume a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) como sendo uma integração natural por parte das empresas relativamente às preocupações sociais e ambientais nas suas atividades. Esta definição a RSE é fundamental, porque as empresas podem decidir voluntariamente como contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo.

A Responsabilidade Social das Empresas (RSE) tem vindo a ganhar mais visibilidade e desenvolvimento nos últimos anos (Mota *et al* 2005).

Este fato fez com que a mentalidade e as estratégias das empresas tenham vindo a alterar-se, passaram a incluir nos seus objetivos comportamentos socialmente responsáveis (Fernandes 2010).

Atualmente a RSE assume um papel decisivo nas empresas. Mota *et al* (2005) defendem que tanto as empresas como todas as partes interessadas devem adotar práticas socialmente responsáveis no domínio do meio ambiente dos direitos humanos e das condições de trabalho.

Biorumo (2005) refere três fatores importantes que as empresas devem ter em consideração no que diz respeito ao conceito de RSE:

- O Planeta (preocupações ambientais),
- As pessoas (preocupações sociais),
- A rentabilidade (preocupações económicas)

As três dimensões estão interligadas entre si e procuram um equilíbrio de responsabilidades entre os interesses do indivíduo, da natureza e da sociedade (Ibidem).

Monteiro (2005) aponta duas dimensões na Responsabilidade Social e Ambiental nas empresas, são elas a dimensão interna e a dimensão externa.

- A dimensão interna relaciona a gestão dos recursos humanos com a responsabilidade social. Esta dimensão centra-se na gestão dos recursos humanos, na saúde, na segurança no trabalho, na adaptação à mudança e na gestão do impacto ambiental e dos recursos naturais
- A dimensão externa das empresas centra-se nas relações com as comunidades locais, com os fornecedores e os clientes, com os investidores e acionistas, na prática dos direitos humanos consagrados universalmente, e na gestão global do ambiente.

Relativamente à dimensão interna e externa, Monteiro (2002) refere que as empresas têm que se aperceber do impacto ambiental e do excesso da utilização dos recursos naturais, e desta forma sentir a necessidade de explorar menos esses recursos. Assim, seria possível aumentar os seus resultados através da implementação de um plano de ação de processos de comunicação eficientes e ao mesmo tempo construir uma imagem externa fortemente associada aos valores que pretendem ver defendidos.

As organizações assumem, assim, cada vez mais um papel importante no processo de desenvolvimento sustentável e na busca do bem comum.

3.5. Estratégias de Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Empresarial

3.5.1 Estratégia da União Europeia

3.5.1.1 Estratégia Europeia para o Desenvolvimento Sustentável

A Estratégia Europeia para o desenvolvimento sustentável veio no seguimento dos compromissos assumidos pela União Europeia, aquando da declaração do Rio e da 19.^a sessão especial da Assembleia Geral das Nações Unidas², o Concelho Europeu solicita à comissão a preparação de um documento com a política europeia para um desenvolvimento económico, social e ambientalmente sustentável (Santos *et al.* 2005).

Neste sentido foi elaborado em 2001 pela Comissão Europeia uma proposta que tinha como título “Uma Europa sustentável para um mundo melhor: uma estratégia da união europeia para o desenvolvimento sustentável”. Este documento foi aprovado em 2001 no Concelho Europeu de Göteborg e pode afirmar-se que foi a primeira Estratégia da UE para o Desenvolvimento Sustentável.

De acordo com a reapreciação da estratégia europeia para o desenvolvimento sustentável de 2006, o anterior documento foi completado por uma dimensão externa pelo Conselho Europeu de Barcelona com vista à cimeira mundial sobre desenvolvimento sustentável de Joanesburgo em 2002.

Neste documento a Comissão Europeia expressa com clareza a necessidade de se desenvolver uma estratégia que tem em vista o desenvolvimento progressivo e consolidado, numa dinâmica de sustentabilidade económica, social e ambiental.

Apesar de todos os esforços empreendidos ainda persistem tendências insustentáveis em matéria de alterações climáticas e utilização da energia, ameaças à saúde pública, pobreza e exclusão social, pressão demográfica e envelhecimento, gestão dos recursos naturais, declínio da biodiversidade, utilização dos solos e transportes, surgindo sempre novos desafios.

Visto que estas tendências negativas suscitam uma sensação de urgência, foi necessário tomar medidas a curto prazo mantendo, embora, uma perspetiva de longo prazo.

O principal desafio foi mudar gradualmente os nossos padrões insustentáveis de consumo e produção e a abordagem não integrada à elaboração de políticas.

Neste contexto, a concluir a revisão da Estratégia de Desenvolvimento Sustentável (EDS) da UE lançada pela Comissão em 2004 e com base na comunicação da Comissão sobre o "reexame da Estratégia de Desenvolvimento Sustentável – Plataforma de ação" de dezembro de 2005 bem como contributos do Conselho, do Parlamento Europeu, do Comité Económico e Social e outros, o Conselho Europeu aprovou uma nova EDS ambiciosa e global para uma UE alargada, com base na que foi aprovada em 2001.

Este novo documento estabeleceu uma estratégia única e coerente sobre como a UE poderá corresponder mais eficazmente ao seu compromisso de longo prazo de estar à altura dos desafios do desenvolvimento sustentável.

Reafirmando a necessidade da solidariedade global e reconhecendo a importância de reforçar a colaboração com parceiros fora da UE, incluindo os países em rápido desenvolvimento que terão um impacto significativo no desenvolvimento sustentável global.

O objetivo global da nova Estratégia da EU para o Desenvolvimento Sustentável foi identificar e desenvolver ações que permitam à UE atingir uma melhoria contínua da qualidade de vida para as gerações atuais e vindouras, através da criação de comunidades

² A 19.^a sessão especial da Assembleia Geral das Nações Unidas tinha como programa a construção de estratégias de desenvolvimento sustentável para serem apresentadas aquando da realização da Cimeira da Terra ou Cimeira do Rio em 2002, no Rio de Janeiro no Brasil.

sustentáveis capazes de gerir e utilizar os recursos eficazmente e extrair o potencial de inovação ecológico e social da economia, garantindo prosperidade, proteção ambiental e coesão social.

Para servir de base a esta nova estratégia, o Conselho Europeu de junho de 2005 aprovou uma declaração com os seguintes objetivos e princípios:

3.5.1.1.1 Objetivos - Chave do desenvolvimento Sustentável

❖ **Proteção Ambiental**

Salvaguardar a capacidade da Terra de sustentar a vida em toda a sua diversidade, respeitar os limites dos recursos naturais do planeta e garantir um elevado nível de proteção e melhoria da qualidade do ambiente. Prevenir e reduzir a poluição ambiental e promover o consumo e a produção sustentáveis para quebrar a relação entre o crescimento económico e a degradação do ambiente.

❖ **Justiça e Coesão Social**

Promover uma sociedade democrática, de inclusão e coesão social, saudável, segura e justa que respeite os direitos fundamentais e a diversidade cultural que crie a igualdade de oportunidades e combata todas as formas de discriminação.

❖ **Prosperidade Económica**

Promover uma economia próspera, inovadora, rica de conhecimentos, competitiva e eco eficiente que proporcione elevados níveis de vida e pleno emprego de qualidade em toda a União Europeia.

❖ **Responsabilidades Internacionais**

Encorajar o estabelecimento e defender a estabilidade das instituições democráticas no mundo, com base na paz, na segurança e na liberdade. Promover ativamente o desenvolvimento sustentável em todo o mundo e garantir que as políticas internas e externas da União Europeia sejam coerentes com o desenvolvimento sustentável global e com os seus compromissos internacionais.

3.5.1.1.2 Princípios Norteadores das Políticas de Desenvolvimento Sustentável.

1. Promoção e Proteção dos Direitos Fundamentais

Colocar os seres humanos no centro das políticas da União Europeia, promovendo os direitos fundamentais, combatendo todas as formas de discriminação e contribuindo para a redução da pobreza e a eliminação da exclusão social no mundo.

2. Solidariedade Intra-Gerações e Entre Gerações

Satisfazer as necessidades das atuais gerações sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazer as suas necessidades na União Europeia e no mundo.

3. Sociedade Aberta e Democrática

Garantir os direitos dos cidadãos de acesso à informação e garantir o acesso à justiça. Desenvolver canais adequados de consulta e participação para todas as partes e associações interessadas.

4. Envolvimento dos Cidadãos

Fomentar a participação dos cidadãos na tomada de decisões. Promover a educação e sensibilização do público para o desenvolvimento sustentável. Informar os cidadãos do seu impacto no ambiente e das suas possibilidades de fazer escolhas mais sustentáveis.

5. Envolvimento das Empresas e dos Parceiros Sociais

Fomentar o diálogo social, a responsabilidade social das empresas e as parcerias entre o setor público e o setor privado para incentivar a cooperação e as responsabilidades comuns de atingir o consumo e a produção sustentáveis.

6. Coerência das Políticas e Governação

Promover a coerência entre todas as políticas da União Europeia e a coerência entre as ações locais, regionais e globais para melhorar a sua contribuição para o desenvolvimento sustentável.

7. Integração das Políticas

Promover a integração de considerações económicas, sociais e ambientais de forma a serem coerentes e a reforçarem-se mutuamente utilizando plenamente os instrumentos

para regulamentar melhor, como avaliações de impacto equilibradas e consultas das partes interessadas.

8. Utilizar os Melhores Conhecimentos Disponíveis

Garantir que as políticas sejam desenvolvidas, avaliadas e executadas com base nos melhores conhecimentos disponíveis e que sejam economicamente sólidas e eficazes em termos de custos.

9. Princípio de Preocupação

Sempre que haja incerteza científica, aplicar procedimentos de avaliação e tomar as medidas de prevenção adequadas para evitar prejuízos para a saúde humana ou o ambiente.

10. Poluidor Pagador

Garantir que os preços reflitam os custos reais para a sociedade das atividades de consumo e produção e que os poluidores paguem os prejuízos por eles causados à saúde humana e ao ambiente.

Os principais desafios da estratégia da EU para o desenvolvimento sustentável, têm presente o agravamento das tendências ambientais, os desafios socioeconômicas da UE, a par das novas pressões concorrenciais e dos novos compromissos internacionais, a EDS da UE identifica 7 principais desafios e respectivas metas a atingir, objetivos operacionais e ações.

A sua conceção e concretização orientam-se pelos princípios acima mencionados e podem verificar-se nas tabelas que se encontram no anexo I.

2.5.1.2 Estratégia Europeia para a Responsabilidade Empresarial

No domínio da responsabilidade empresarial, a União Europeia (UE) tem desenvolvido ações no sentido de divulgar os resultados e impacto positivo da adoção das práticas de responsabilidade social empresarial (RSE) nas empresas e na sociedade, tem também fomentado competências de gestão nesta temática e intensificado a RSE nas pequenas e médias empresas e promovido a convergência e transparência das práticas de RSE (Monteiro 2005).

Na Cimeira de Lisboa em março de 2000, foi determinada uma estratégia para a UE, resumida num conjunto de medidas para as áreas da tecnologia, das ciências, da económica, do social, entre outras.

Esta estratégia visou a divulgação de melhores práticas e pretendia alcançar uma maior convergência ao nível dos seus principais objetivos que são:

- ❖ Sociedade da informação,
- ❖ Investigação e desenvolvimento,
- ❖ Política de empresa,
- ❖ Educação e combate à exclusão social.

Em 2001 com a publicação do Livro Verde, a UE quis alargar o debate em torno da RSE com o intuito de determinar as formas de promover e melhorar as respetivas práticas quer na Europa, quer no resto do mundo.

A União Europeia através do *Livro Verde: Promover um Quadro Europeu para a responsabilidade Social das Empresas*, veio fortificar a importância atribuída à ação das empresas com vista à orientação para um modelo de desenvolvimento sustentável.

Santos (2005), refere que no *Livro Verde*, a Comissão Europeia reconhece a existência de uma forte mobilização das organizações para o desenvolvimento sustentável criando assim diversas redes de empresas que já se encontram orientadas para a promoção das práticas de responsabilidade social.

Desta forma podemos dizer que o *Livro Verde* assume o conceito de RSE como sendo de carácter voluntário que implica, para além do cumprimento de todas as obrigações legais, ir mais além através de um maior investimento em capital humano, no ambiente e nas relações com outras partes interessadas e comunidades locais.

Para melhor se perceber os princípios da responsabilidade social o *Livro Verde* identifica um conjunto de ações que se forem devidamente consideradas e integradas nas empresas, possibilitam a gestão da mudança e a conciliação do desenvolvimento social com uma competitividade mais forte. Na tabela 1, pode-se visualizar o conjunto de ações que foram identificadas pela UE para implementação nas empresas.

Tabela 1 – Dimensões de Responsabilidade Social das Empresas

Dimensões Internas	Dimensões Externas
<p><u>Gestão dos recursos humanos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Aprendizagem ao longo da vida ❖ Responsabilização dos trabalhadores. ❖ Circulação da informação. ❖ Equilíbrio entre a vida profissional e familiar/tempos livres. ❖ Diversidade dos recursos humanos. ❖ Igualdade de géneros. ❖ Participação no capital e proveitos da organização. ❖ Empregabilidade e segurança dos postos de trabalho. ❖ Práticas de recrutamento não discriminatórias. 	<p><u>Comunidades locais</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Integração social na comunidade local ao nível do emprego, remuneração, benefícios e impostos. ❖ Controlo dos níveis de salubridade, estabilidade social e prosperidade. ❖ Interação com o meio físico, ambiental e rede viária. ❖ Envolvimento social local com a disponibilização de estruturas físicas, meios humanos e patrocínios.
<p><u>Saúde e Segurança no trabalho</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Aplicação das medidas legislativas correntes ❖ Cultura de prevenção do risco. ❖ Quantificação, documentação e comunicação das boas práticas de SST. ❖ Programas de certificação e rotulagem para produtos, serviços, sistemas de gestão e subcontratação centrados nas normas de segurança e saúde no trabalho. ❖ Existência de critérios de segurança e saúde no trabalho nos regimes de contrato e adjudicação dos diversos contratos. 	<p><u>Parceiros comerciais, fornecedores e consumidores</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Parceiros e alianças com empresas comuns e franquizadas. ❖ Responsabilidade social dos clientes, fornecedores, subcontratados e concorrentes ❖ Envolvimento no capital de risco de novas empresas inovadoras. ❖ Fornecimento ético, eficiente e ecológico de produtos e serviços.
<p><u>Adaptação à mudança</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Redução das despesas, aumento da produtividade e melhoria da qualidade do serviço prestado aos clientes. ❖ Motivação, lealdade, criatividade, e produtividade do trabalho. ❖ Identificação dos riscos, previsão de custos, execução de planos de contingência e minimização dos despedimentos. ❖ Formação profissional suplementar, modernização dos instrumentos e sistemas de produção, captação e investimentos, definição de procedimentos, diálogo, cooperação e estabelecimento de parcerias. ❖ Capacidade de inserção profissional dos trabalhadores dentro e fora da organização. ❖ Participação no desenvolvimento local e em estratégias ativas de inclusão no mercado de trabalho. 	<p><u>Direitos Humanos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Respeito pelas normas laborais, proteção do ambiente e direitos humanos. ❖ Rejeição de práticas de suborno e corrupção. ❖ Adoção de códigos de conduta sobre as condições de trabalho, direitos humanos e aspetos ambientais, incluído nos fornecedores e subcontratados. ❖ Observação do impacto das atividades da organização sobre os direitos humanos dos trabalhadores e da comunidade local. ❖ Aplicação e verificação dos códigos de conduta e de promoção das normas internacionais do trabalho em todos os níveis da organização e nos subcontratados. ❖ Políticas de diálogo e informação total completadas com abordagens perfectivas ao nível dos órgãos de gestão, restantes trabalhadores e comunidade local. ❖ Verificação contínua do respeito pelos direitos humanos segundo as normas e os padrões definidos pela denominada "auditoria social", garantindo a credibilidade dos relatórios apresentados.
<p>❖ <u>Impacto ambiental</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Redução na exploração de recursos. ❖ Redução na emissão de poluentes ❖ Redução na produção de resíduos. ❖ Redução nos gastos energéticos. ❖ Eliminação de resíduos. ❖ Monitorização dos custos ambientais da matéria-prima. ❖ Monitorização dos custos ambientais da despoluição. 	<p><u>Ambiente global</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Desempenho ambiental positivo ao longo de toda a cadeia de produção. ❖ Incrementos globais ao nível social e ambiental de forma a contribuir para um desenvolvimento sustentável integral.

Fonte: Adaptado do Livro Verde da Comissão das Comunidades Europeias, 2001.

A União Europeia no documento referente à “*Responsabilidade Social das Empresas: um contributo das empresas para o desenvolvimento sustentável*” (COM, 2002, p.247) define que são as organizações que devem adotar uma atitude de responsabilidade social, no âmbito de uma dinâmica de integração entre todos os agentes envolvidos nas suas atividades.

Apesar, da responsabilidade social pertencer principalmente às empresas, Santos *et al* (2005), referem que a responsabilidade social das empresas é importante na promoção do

desenvolvimento sustentável e do facto de a globalização poder vir a desencadear efeitos negativos caso não seja controlada, conduz as autoridades públicas e, neste caso particular, a União Europeia, à necessidade de promover a implementação de práticas sociais e ambientalmente responsáveis que, em articulação com os esforços públicos, possam contribuir para um modelo de desenvolvimento mais equilibrado.

Nesta ótica a Comissão Europeia (COM, 2002, p.347) define uma política de promoção da responsabilidade social das empresas assente num conjunto de princípios, a saber tais como:

- ❖ Reconhecimento da natureza voluntária da responsabilidade social das empresas.
- ❖ Tónica nas atividades onde o envelhecimento da comunidade vem trazer uma mais-valia.
- ❖ Necessidade de credibilidade e transparência das práticas de responsabilidade empresarial.
- ❖ Abordagem equilibrada e global da responsabilidade social das empresas que inclua as problemáticas económicas, social e ambiental, bem como a defesa dos interesses dos consumidores.
- ❖ Atenção às necessidades e especificidades das PME.
- ❖ Respeito e apoio dos acordos internacionais e instrumentos vigentes (normas laborais fundamentais da OIT, orientações de OCDE para as empresas multinacionais).

A Comissão Europeia define também no mesmo documento uma estratégia de intervenção que pressupõe a realização de um conjunto de ações e medidas concretas de responsabilidade social nas empresas tais como:

- ❖ Intensificar a divulgação do impacto positivo da responsabilidade social da empresa nas empresas e nas Sociedades na Europa e no mundo, em especial nos países em desenvolvimento.
- ❖ Desenvolvimento entre as empresas o intercâmbio de experiências e boas práticas em matéria de responsabilidade social.
- ❖ Promover o desenvolvimento de competências de gestão em responsabilidade social da empresa.
- ❖ Fomentar a responsabilidade social entre as PME.

- ❖ Facilitar a convergência e a transparência das práticas e dos instrumentos de responsabilidade social da empresa.
- ❖ Lançar um fórum multilateral sobre responsabilidade social da empresa a nível europeu.
- ❖ Integrar a responsabilidade social nas políticas comunitárias.

De acordo com a Estratégia Nacional para o Desenvolvimento Sustentável, a Comissão Europeia na sua comunicação ao conselho e ao Parlamento Europeu – *Building Our Future* em 2004 apontou três objetivos principais de desenvolvimento sustentável para o período de 2007/2013 são eles:

1. Desenvolvimento Sustentável nas dimensões social, económica e ambiental.
2. Cidadania Europeia, enquanto liberdade, justiça, segurança e acesso aos bens públicos elementares.
3. Projetar a Europa como parceiro global.

O Desenvolvimento Sustentável surge como o primeiro dos objetivos e como um vetor estratégico do terceiro objetivo. Para a comissão europeia o objetivo de aumentar a prosperidade dos cidadãos europeus de um modo sustentável desdobra-se em três vetores.

- ❖ Transformar a UE numa economia baseada no conhecimento dinâmica e orientada para o crescimento;
- ❖ Atingir uma maior coesão no contexto de uma União alargada;
- ❖ Reforçar a competitividade da agricultura europeia, fortalecer o desenvolvimento rural, assegurar uma exploração sustentável dos recursos piscatórios e a qualidade do ambiente.

Por sua vez o objetivo “Projeção da Europa como Parceiro Global” desdobra-se em três vetores principais:

1. A União Europeia e o seu espaço próximo.
2. A União Europeia como parceiro para o Desenvolvimento Sustentável (quer através da sua ação ao nível global, quer no quadro das suas relações bilaterais).
3. A União Europeia como Ator Global.

No primeiro vetor do objetivo “Desenvolvimento Sustentável” – “Transformar a UE numa economia baseada no conhecimento dinâmica e orientada para o crescimento” destacam-se como objetivos operacionais:

- ❖ Promover a competitividade das empresas num mercado único totalmente integrado;
- ❖ Reforçar o esforço europeu na área da investigação & desenvolvimento;
- ❖ Aumentar a conectividade na Europa através de redes transeuropeias;
- ❖ Melhorar a qualidade da educação e da formação;
- ❖ Prosseguir a agenda social europeia, no sentido de ajudar a sociedade europeia a antecipar e gerir a mudança.

No segundo vetor do desenvolvimento sustentável – “Coesão no contexto de uma União alargada” a União Europeia deverá prosseguir com a política de coesão assente num conjunto de princípios orientadores.

- ❖ Concentração de recursos e investimentos;
- ❖ Respeito pelas regras do Mercado Único;
- ❖ Maior ênfase na criação de empregos em novas atividades;
- ❖ Contribuição para o desenvolvimento de parcerias e de boa governação.

No terceiro vetor do objetivo “desenvolvimento sustentável” – “Reforçar a competitividade da agricultura europeia, fortalecer o desenvolvimento rural, assegurar uma exploração sustentável dos recursos piscatórios e a qualidade do ambiente” integram-se como vetores chave:

- ❖ O prosseguimento da reforma da política agrícola comum;
- ❖ A implementação da nova política comum de pescas mais orientada para a exploração sustentável dos recursos vivos aquáticos;
- ❖ A implementação do programa da UE para a mudança climática;
- ❖ A implementação das estratégias temáticas dirigidas a prioridades ambientais específicas - solo; qualidade do ar; pesticidas; ambiente marinho; etc.
- ❖ A implementação do plano de ação em tecnologias ambientais;
- ❖ O desenvolvimento da rede Natura 2000.

O Conselho da União Europeia (2006) considera que as futuras estratégias e programas a apresentar pelos estados membros para concorrer aos fundos estruturais, deverão ter o desenvolvimento sustentável como orientação central.

3.5.2 Estratégia Portuguesa

3.5.2.1 Estratégia Portuguesa para o Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Empresarial.

O primeiro documento em que se faz uma aproximação consistente ao desenvolvimento sustentável foi o Plano Nacional para o Desenvolvimento Económico e Social para (2000-2006) publicado em 1998 (Santos *et al* 2005).

Neste documento o governo reconhece que o desenvolvimento sustentável é simultaneamente o maior desafio e a maior oportunidade para a sociedade durante o próximo século.

Em 2002 no seguimento dos compromissos internacionais assumidos por Portugal relativamente à implementação no território nacional, dos princípios programáticos da Cimeira da Terra e da Agenda 21, surge na estratégia nacional para o desenvolvimento sustentável tendo como grande desafio, fazer de Portugal, no horizonte de 2015, um dos países mais competitivos da União Europeia, num quadro de qualidade ambiental e de coesão e responsabilidade social.

Esta estratégia desenvolveu-se em torno de quatro vetores principais:

- a) Preservar o território
- b) Melhorar a qualidade do Ambiente
- c) Promover a produção e o consumo sustentável das atividades económicas
- d) Desenvolver uma sociedade solidária e do conhecimento.

No mesmo ano na sequência da Cimeira de Joanesburgo, Portugal assumiu um compromisso de implementar uma estratégia nacional para o desenvolvimento sustentável até 2005.

Neste sentido Portugal decidiu elaborar o Plano de Implementação da Estratégia Nacional para o Desenvolvimento Sustentável (PIENDS). Que tinha como principal objetivo reforçar as

parcerias entre o estado e a sociedade civil e indicar metas e prazos concretos, bem como, meios de implementação e indicadores de avaliação.

Em janeiro de 2004, o governo criou um grupo de trabalho com o objetivo de elaborar o plano nacional para o desenvolvimento sustentável para o período de (2005-2015) a partir da proposta já existente de 2002.

Esta nova estratégia desenvolve um diagnóstico do processo de desenvolvimento sustentável em Portugal., alicerçado em três eixos fundamentais (ENDS 2006):

1. Evolução demográfica enquanto vetor determinante das dinâmicas de desenvolvimento a longo prazo.
2. Dimensão económica, social e ambiental da sustentabilidade, numa perspetiva evolutiva com base no conhecimento obtido durante a última década.
3. Perspetivas futuras, tendo em conta as dificuldades experimentadas no crescimento económico ao longo dos últimos trinta anos e que condicionam, necessariamente, uma política estabilizada de desenvolvimento sustentável.

O diagnóstico efetuado concluiu a existência de um sério problema de crescimento. Esta situação implica necessariamente dificuldades acrescidas na convergência real com a UE que se podem sintetizar em três vetores fundamentais:

- 1) Necessidade de um crescimento sustentado que possa suportar uma estratégia coerente de desenvolvimento sustentável.
- 2) Necessidade de compatibilizar o desenvolvimento sustentável com um processo longo de crescimento económico e de desenvolvimento social.
- 3) Existência de uma crise de valores que sugere a necessidade do desenvolvimento, antes de mais, de um projeto de sociedade.

Segundo a ENDS (2006), no seguimento do diagnóstico efetuado surge novamente como grande desígnio da estratégia “fazer de Portugal, no horizonte de 2015, um dos países mais competitivos da União Europeia, num quadro de qualidade ambiental e de coesão e responsabilidade social”, que só poderá ser atingido se forem prosseguidos o seguinte conjunto de seis objetivos:

1) Qualificação dos portugueses em direção à sociedade do conhecimento.

Este objetivo da ENDS consiste na alteração em profundidade da atual situação no que respeita à qualificação da população ativa, à formação ao longo da vida e à disponibilidade de competências necessárias para um maior potencial de inovação das empresas, como para o cabal desempenho das tarefas de cidadania e de defesa do ambiente, num contexto de crescente complexidade, condições indispensáveis para que se possam explorar as oportunidades abertas pela evolução para a “sociedade do conhecimento”.

2) Economia Sustentável, competitiva e orientada para atividades do futuro.

O objetivo deste ponto visa assegurar um crescimento mais rápido da economia portuguesa, que permita retomar a dinâmica de convergência, tal objetivo deverá assentar num crescimento mais rápido da produtividade, associado a um forte investimento nos setores de bens transacionáveis, o que para ser compatível com a criação de emprego exige uma mudança no padrão de atividades do país, num sentido mais sintonizado com a dinâmica do comércio internacional; esse crescimento deverá ser menos intensivo em consumos energéticos e recursos naturais, aproveitando e estimulando as possibilidades endógenas do país, incluindo património, cultura, conhecimentos e competências.

3) Gestão eficiente e preventiva do ambiente e orientada para atividades do futuro.

Pretende com este objetivo assegurar um modelo de desenvolvimento que integre a proteção do ambiente numa sociedade em que a proteção do ambiente assenta sobretudo na prevenção e valorização e em que o património natural seja assumido como valor a evidenciar e fator de diferenciação positivo.

4) Organização equilibrada do território que valoriza Portugal no espaço europeu e que proporcione qualidade de vida.

É necessário contribuir para reduzir o impacto negativo do posicionamento periférico de Portugal na Europa, atuando ao nível das redes, do sistema urbano e da competitividade e atratividade das cidades e áreas metropolitanas, assegurando uma melhor articulação das políticas e instrumentos de ordenamento do território conducente à salvaguarda do seu valor estratégico no longo prazo, ao mesmo tempo

que se promovem padrões mais elevados de qualidade de vida em todo o território nacional.

5) Dinâmica de coesão social e de responsabilidade individual.

É importante que as instituições responsáveis pela satisfação de necessidades básicas na área da saúde, educação, formação e segurança social sejam capazes de suportar o choque do “envelhecimento da população e do “amadurecimento” etário da população ativa hoje residente, num quadro de coesão e equidade sociais, sem provocarem um descontrolo das finanças públicas e uma carga adicional de impostos;

6) Papel ativo de Portugal na cooperação global.

Compreende a cooperação internacional em torno da sustentabilidade global, aprofundando o relacionamento externo de Portugal com algumas regiões que se revestem de interesse prioritário para afirmação de Portugal no mundo, e contribuir de forma empenhada para os esforços crescentes da comunidade internacional no sentido da construção da paz, da sustentabilidade dos ecossistemas e do equilíbrio ambiental do planeta no seu todo.

Desenvolvendo cada um destes objetivos, a estratégia assume-se como sendo um projeto de cidadania e igualmente um desafio à capacidade de mobilização da sociedade portuguesa.

A cidadania surge aqui como um conceito indissociável de uma política coerente de desenvolvimento sustentável, em que os cidadãos são chamados a desenvolver uma atitude responsável de natureza crítica, face aos desafios decorrentes dos atuais processos de globalização e de universalização dos mercados e das sociedades.

3.5.2.2 Estratégia Portuguesa para a Responsabilidade Social Empresarial

Em outubro de 2001 foi criada por iniciativa empresarial em Portugal o primeiro Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável, (BCSD Portugal), (Dias, 2009).

Este organismo atualmente conta com 110 empresas associadas, e o seu principal objetivo é o de promover o desenvolvimento sustentável, a eco-eficiência, a inovação e a responsabilidade social.

No ano 2002, (Dias, 2009) surgiu um novo movimento no sentido da responsabilidade e ética empresarial foi criada a Associação Portuguesa de Ética Empresarial (APEE) por iniciativa de diversos gestores e empresários que acreditavam na integração da ética no sistema de gestão.

Esta associação nasceu com o objetivo de definir e implementar programas que motivem as empresas a desenvolver princípios éticos que conduzam a práticas de gestão socialmente responsáveis.

No mesmo ano surge a Responsabilidade Social Empresarial Portugal (RSE Portugal) este organismo surgiu com o objetivo de promover a responsabilidade social empresarial e desta forma contribuir para o desenvolvimento e competitividade sustentável através da conceção, execução e apoio a programas e projetos nas áreas educacional, formativa, social, cultural, científica, ambiental, cívica e económica, de âmbito nacional, internacional e transnacional.

A BCSD Portugal (2004) refere que em Portugal, a sensibilidade e a valorização da RSE tem vindo a ganhar maior impulso nos últimos anos, através da atuação dos diferentes agentes sociais e económicos, tais como ONG's, empresas, autarquias, etc.

Na atualidade as empresas têm preocupações no sentido de obterem certificações de qualidade e de adequação ambiental, através das normas ISO. Desta forma são forçadas a comunicar os seus desempenhos ambientais através da realização de relatórios, estes relatórios são indicadores dos avanços que têm sido conseguidos em alguns aspetos importantes da RSE.

Relativamente a esta temática existe ainda muito trabalho a desenvolver no âmbito da Responsabilidade Social Empresarial e muito desse trabalho passa pela envolvimento, não só pelas empresas, mas também por outros agentes sócio económicos, tais como parceiros sociais, institucionais e comunitários, autarquias e comunidade técnica e científica.

Segundo a BCSD Portugal (2004) os princípios e atuações de responsabilidade social a nível empresarial passam por uma multiplicidade de atuações da empresa na gestão do seu negócio. A atuação deverá ser baseada em princípios éticos e na prioridade da qualidade nas relações.

O portal das empresas³ refere que em Portugal a estratégia para a Responsabilidade Social das Empresas (RSE) passa pela integração voluntária de preocupações sociais e ambientais nas operações quotidianas das organizações e na interação com todas as partes interessadas. Desta forma consegue-se contribuir para uma sociedade mais positiva e gerir os impactos sociais e ambientais da organização como forma de assegurar e aumentar a competitividade.

Desta forma pode considerar-se que uma organização para ser socialmente responsável tem quer ter em consideração, nas decisões que toma, a comunidade onde se insere e o ambiente onde opera.

Cada vez mais as empresas têm que ser motores de desenvolvimento económico, tecnológico e humano, e só conseguem evoluir se considerarem na sua atividade o respeito pelos direitos humanos, o investimento na valorização pessoal, a proteção do ambiente, o combate à corrupção, o cumprimento das normas sociais e o respeito pelos valores e princípios éticos da sociedade em que atuam.

O desenvolvimento da atividade empresarial e negocial e as exigências da sociedade são cada vez mais profundas. É necessário que as empresas e os cidadãos aprofundem a consciência pessoal e profissional.

A noção de responsabilidade social atualmente foi transformada numa ferramenta de gestão, permitindo aferir o posicionamento de cada organização, perante si própria e a sua atuação na sociedade.

De acordo com o Programa de Responsabilidade Social 2006 o caminho da Responsabilidade Social é muito metódico e sistemático, porque é central e transversal a toda a atuação da empresa.

Para que se inicie este percurso é necessário fazer um diagnóstico, primeiro é necessário inventariar todos os potenciais impactos negativos da atividade, devem ser ouvidas todas as partes interessadas e fazer um plano de avaliação. Esse plano deverá estar, sempre em constante evolução e mudança. A empresa torna-se socialmente responsável à medida que concretiza esse plano.

³ Portal da Empresa: tema: Responsabilidade Social Site disponível em <http://www.portaldaempresa.pt/CVE/pt/Gestao/ResponsabilidadeSocial/> consultado em 16/12/2010

Segundo o Instituto ETHOS (2010), quando a empresa vai além da obrigação de respeitar as leis, de pagar impostos e de observar as condições adequadas de segurança e saúde para os trabalhadores, porque acreditar que assim está a contribuir para a construção de uma sociedade mais justa está a ser socialmente responsável.

As empresas atualmente têm em consideração a prática da RSE nas suas atividades internas, na constituição de um ambiente de trabalho saudável e propício à realização profissional das pessoas. Desta forma as empresas aumentam a sua capacidade de recrutar e manter quadros eficientes, que são um fator chave para o seu sucesso.

ETHOS (2010) passa também pelas empresas a avaliação e monitorização do impacto durante todo o ciclo de vida do seu produto ou serviço. A prática da RSE é vital nas empresas, na medida em que conseguem tornar-se cada vez mais competitivas e fidelizam mais facilmente clientes e consumidores.

As empresas ao adotarem comportamentos éticos e a demonstrarem a sua RSE estão a agregar valor às suas empresas e a estabelecer vínculos sólidos com os seus consumidores e clientes e a comprometer-se com programas sociais vocacionados para o futuro da comunidade e da sociedade.

Outra das medidas que estão a ser implementadas pelas empresas é o investimento em processos produtivos compatíveis com a conservação ambiental e a preocupação com o uso racional dos recursos naturais. Desta forma estão a contribuir para um melhor ambiente e transmitem à sociedade uma imagem de interesse da empresa na conservação do meio ambiente que envolve toda a comunidade.

É também muito importante que as empresas se rodeiem de parceiros que partilhem os seus valores, sobre os quais pode exercer influência no sentido de orientar as suas performances de RSE.

Com este tipo de iniciativas, as empresas revelam as suas crenças no princípio de que só uma sociedade saudável pode gerar empresas saudáveis.

O Instituto ETHOS (2010) refere que só se consegue atingir a sustentabilidade, se existir empenhamento empresarial, e um envolvimento multilateral dos diferentes agentes

socioeconómicos e se todo o mundo empresarial trabalhar em conjunto com os governos, fornecedores, consumidores, comunidade local, ONG, partilhando assim a responsabilidade.

Nesse sentido o estado português e algumas associações com o intuito de identificar os principais agentes do desenvolvimento sustentável e da inovação realizaram inquéritos comunitários à inovação e ao desenvolvimento empresarial sustentado que tinham como principal objetivo ajudar as empresas a identificar os principais fatores que levam a um avanço na concretização da inovação e da sustentabilidade.

3.6 Análise Sumária

Neste capítulo deu-se especial destaque ao desenvolvimento sustentável que tem sido encarado ao longo dos tempos como tendo um papel fulcral para colmatar os problemas sociais ambientais e económicos que assolam o mundo.

Para se perceber claramente como evolui o desenvolvimento sustentável foi traçado o percurso histórico que teve como preocupação inicial inverter o modelo de crescimento que gerou um enorme desequilíbrio no mundo. Para que se conseguisse inverter esta situação foram tomadas medidas a nível mundial.

Inicialmente foi realizada uma cimeira no ano de 1972 em Estocolmo que teve por base a criação de um programa de contenção e prevenção da poluição industrial e de um quadro de equilíbrio de prioridades entre o desenvolvimento económico e a proteção ambiental.

Esta primeira iniciativa foi fundamental, pois em 1987 deu-se uma importante viragem com o relatório Brundtland que foi o grande impulsionador na visibilidade e na importância do desenvolvimento sustentável. Este relatório constituiu uma forte chamada de atenção para as responsabilidades dos estados e das organizações.

O relatório Brundtland com a sua chamada de atenção deu mote à realização da cimeira da terra em 1992 que através da Agenda 21 veio dar importância à equidade social. Trata-se de um acordo que foi subscrito por 178 governos que veio consolidar definitivamente o conceito de desenvolvimento sustentável das sociedades humanas. Este acordo veio cimentar os três

pilares em que se deve alicerçar qualquer estratégia de desenvolvimento sustentável o Social o Económico e o Ambiental.

Anos mais tarde a 19ª Sessão Especial da Assembleia Geral das Nações Unidas de 1997 reforçou a ideia de que os problemas ambientais continuam a ter a sua origem nas especificidades socioeconómicas dos diferentes países em todas as regiões.

Nesse sentido foi acordado o programa “futura implementação da Agenda 21” que apontava o ano de 2002 como a data limite para as diversas administrações formularem e elaborarem as suas estratégias de desenvolvimento sustentável.

Em 2002, realizou-se uma nova cimeira mundial em Joanesburgo em que o seu principal objetivo foi reforçar os pilares do desenvolvimento sustentável e o desenvolvimento de uma nova cultura na definição das estratégias do desenvolvimento sustentável nas suas múltiplas dimensões num quadro de globalização.

Claro está que para que todas estas exigências se cumprissem foi necessário o empenho de todos, incluindo as empresas e todos os restantes intervenientes no desenvolvimento sustentável. Muitos autores defendem que só com a existência nas empresas de um espírito empresarial responsável se consegue alcançar os objetivos, quer a nível ambiental, rentabilidade financeira e social.

Para que este empenho por parte das empresas e restantes agentes fosse real foram traçadas estratégias a nível europeu e nacional que tiveram como objetivo um desenvolvimento progressivo e consolidada, numa dinâmica de sustentabilidade económica social e ambiental. Estavam assim traçados os princípios norteadores das políticas de desenvolvimento sustentável.

Estando estas condições asseguradas, na Cimeira de Lisboa em 2000 foi determinada uma estratégia para a união europeia. Esta estratégia teve como objetivo divulgar melhores práticas e alcançar os seus principais objetivos que são: a sociedade da informação, a investigação e desenvolvimento, a política da empresa e educação e combate à exclusão social.

Em Portugal foi traçado um Plano Nacional para o Desenvolvimento Económico e Social que se apoiou em quatro vetores principais, a preservação do território, a melhoria da qualidade do

ambiente, promover a produção e o consumo sustentável das atividades económicas e o desenvolvimento de uma sociedade solidária e do conhecimento, em que o principal desafio era fazer de Portugal, no horizonte de 2015, um dos países mais competitivos da União Europeia, num quadro de qualidade ambiental e de coesão e responsabilidade social.

Relativamente à responsabilidade social em Portugal surgiram movimentos com o objetivo de definir e implementar programas que motivassem as empresas a desenvolver princípios éticos que conduzissem a práticas de gestão socialmente responsáveis.

Atualmente a noção de responsabilidade social foi transformada numa ferramenta de gestão, o que faz surgir a necessidade de compreender como é que as empresas aplicam na sua gestão a responsabilidade social empresarial. Este tema será aprofundado no capítulo IV.

CAPÍTULO IV: A RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL E A SUA APLICAÇÃO NAS EMPRESAS.

4.1. Introdução

Neste capítulo é feita uma abordagem à responsabilidade empresarial e a sua aplicação nas empresas, também se faz referência às dimensões da responsabilidade empresarial e à aplicação do modelo de RSE, assim como se vai abordar a responsabilidade empresarial como sendo uma oportunidade de criação de valor.

4.2. Dimensões da responsabilidade empresarial e a aplicação do modelo de Responsabilidade Social Empresarial (RSE)

Para se implementar um modelo de responsabilidade empresarial é necessário avaliar a sua situação e definir os contributos da empresa e a partir daí determinar objetivos estratégicos a prosseguir (Baylis e Smith, 2005).

A comissão das comunidades europeias, refere a importância das empresas colocarem em prática as estratégias que desenvolveram a nível de responsabilidade empresarial sustentável e não ficarem só pela teoria. As empresas devem comunicar à comunidade e aos seus colaboradores as estratégias adotadas. Desta forma existirá um envolvimento de todos na sua concretização.

Para que os princípios do desenvolvimento sustentável sejam aplicados nas organizações Santos *et al* (2005), salientam a necessidade das empresas conhecerem previamente as dimensões onde pretendem atuar.

No domínio da Responsabilidade Empresarial a Estratégia Nacional de Desenvolvimento Sustentável (ENDS, 2006) aponta três dimensões. São elas:

- ❖ Dimensão Social;
- ❖ Dimensão Económica;
- ❖ Dimensão Ambiental.

Estas três dimensões constituem um conjunto de ações que devem ser desenvolvidas nas organizações para que se consiga alcançar um bom desempenho de desenvolvimento sustentável.

4.2.1. Dimensão Social

A dimensão social é principalmente dirigida aos agentes internos da empresa. A Associação Portuguesa de Profissionais em Sociologia Industrial, das Organizações e do Trabalho (APSIOT⁴), (2004) refere que os trabalhadores são um fator importante no desempenho da melhoria das condições de trabalho.

Já no ponto de vista da ENDS (2006), a dimensão social engloba também aspetos essenciais como a evolução do emprego, o rendimento das famílias, a educação, a formação, a proteção social e dos sistemas de segurança social e a saúde.

Para melhor se perceber a dimensão social Santos *et al* (2005), desdobram em duas áreas essenciais:

1. **A Dimensão Interna**
2. **A Dimensão Externa**

1. **A Dimensão Interna** integra as ações que são orientadas para a gestão do elemento humano que compõe a sua matriz social.

Segundo Guimarães (2010), esta dimensão diz respeito aos trabalhadores e faz referência às questões relacionadas com:

- ❖ O investimento em recursos humanos;
- ❖ Formação Profissional;
- ❖ A saúde;
- ❖ A higiene e segurança no trabalho;
- ❖ A reestruturação produtiva provocada pelas mudanças na gestão;
- ❖ A gestão dos recursos naturais usados na produção;
- ❖ Política de benefícios;
- ❖ Condições de trabalho.

⁴ www.apsiot.pt/ProjectoPoefds/BolsabpDSL.pdf Site consultado em Dezembro de 2010

Questões como estas devem ser integradas nas preocupações da empresa socialmente responsável, enquanto instituição necessária ao bem-estar social dos seus colaboradores (Guimarães, 2010).

Para que estas políticas sejam bem sucedidas, (Santos *et al*, 2005), as empresas precisam de integrar nas suas equipas trabalhadores com postura proativa, em relação à sua valorização pessoal, quer no desenvolvimento de novas competências e na capacidades de desempenho profissional, numa perspetiva de gestão empresarial e de dinâmica de mercado, ou se tratando da sua valorização pessoal, através de formação académica ou de outro projeto de vida de natureza valorativa, mesmo quando não coincide com os interesses imediatos das empresas.

A valorização do tecido humano permite à empresa encontrar as soluções mais adequadas à recuperação dos trabalhadores para o projeto global da mesma, através de programas específicos como sejam, o estabelecimento de horários flexíveis, licença parental alargada, redução da semana de trabalho ou formação académica e/ou profissional (Ibidem).

Santos *et al* (2005), refere, que a dimensão interna da responsabilidade social das empresas assume um elevado lugar de destaque na definição da estratégia central de negócio, na medida em que flexibiliza a própria relação de trabalho, face à diversidade cultural imposta pela crescente internacionalização dos mercados.

Para que as empresas evoluam a favor dos trabalhadores é fundamental que todos os intervenientes estejam certos dos objetivos a atingir e da forma como as empresas esperam que sejam alcançados os objetivos, nomeadamente nas práticas a adotar.

2 A Dimensão Externa integra as ações que são orientadas para a comunidade envolvente.

Segundo Guimarães (2010), esta dimensão inclui as comunidades locais e um alargado leque de interlocutores:

- ❖ Consumidores,
- ❖ Representantes do poder regional e local;
- ❖ Organizações não governamentais (ONG's) que defendem o meio ambiente e os interesses das comunidades locais.

-
- ❖ Organismos do governo;
 - ❖ Fornecedores;
 - ❖ Clientes;
 - ❖ Comunidades Locais;

As empresas têm que interagir constantemente com os seus parceiros sociais para que exista uma inserção comunitária estável e equilibrada (Santos *et al*, 2005). Esta interação constitui um fator de pressão constante na medida em que exige uma maior transparência de processos e estabelece uma política de diálogo com os seus parceiros sociais, desta forma as empresas adotam uma atitude proativa, face aos problemas da comunidade.

A existência de diálogo entre as empresas e os seus parceiros sociais é fundamental para que se identifiquem as verdadeiras necessidades da comunidade em que as empresas se inserem ou pretendem fazer refletir as suas políticas de responsabilidade social. Desta forma será possível detetar as dimensões conjunturais mais evidentes e as dimensões estruturais que não se resolvem com o aumento do emprego e dos rendimentos das famílias.

É necessário que as empresas tornem públicas as suas práticas de responsabilidade social, assim como os critérios utilizados nas estratégias seguidas. Só desta forma as empresas puderam apresentar-se à comunidade como sendo parceiros socialmente responsáveis (Santos *et al*, 2005).

As dimensões sociais, interna e externa para Guimarães (2010) possuem o mesmo nível de importância e aparecem sempre interligadas.

De acordo com Silvana (2010), é necessário que as empresas desenvolvam programas de Responsabilidade Social Empresarial (RSE), com o intuito de incutir nos seus funcionários a prática ambiental, nas suas tarefas dentro e fora das empresas.

O envolvimento dos funcionários no programa de RSE demonstra um compromisso social e fortalece o vínculo dos empregados com as empresas, pois desta forma intensifica uma maior identificação do indivíduo com a empresa, não a vendo só como a entidade empregadora, mas também como um agente social ativo que contribui para a sociedade da qual faz parte (Ibidem).

4.2.2. Dimensão económica

A dimensão económica da sustentabilidade diz respeito ao impacto das empresas sobre as condições económicas das suas partes interessadas e sobre o sistema económico a todos os níveis.

Para a APSIOT (2004), a Dimensão Económica é fundamental, por ser a atividade principal da empresa. A forma como a empresa atua no mercado, indica como é que a empresa integra as suas preocupações sociais, éticas e ambientais na sua estrutura organizacional.

As empresas interagem com parceiros estratégicos no mercado onde atuam. Esses parceiros são:

- ❖ Clientes,
- ❖ Fornecedores
- ❖ Parceiros comerciais
- ❖ Investidores através do desenvolvimento de um conjunto de práticas de responsabilidade social.

A dimensão economia implica a apresentação de indicadores com impacto refletido nas organizações e no meio em que se insere tais como sistemas locais, regionais, nacionais e globais (Santos *et al*, 2005).

O impacto refletido nas organizações deve ser observado segundo duas componentes diferentes segundo Santos *et al*, (2005) a componente interna e a componente externa.

Na componente interna é necessário adotar políticas e práticas principalmente orientadas para a empresa que aumentem a responsabilidade social, garantam uma maior sustentabilidade e sejam criadoras de valor para os acionistas e para o sistema económico em que a empresa se insere.

Para que estes objetivos se concretizem é necessário desenvolver e aplicar inovações a nível tecnológico. Desta forma será criado um conjunto de impactos que podemos considerar como diretos e indiretos na empresa.

Como impacto direto podemos referir a redução direta do nível de custos na função de aprovisionamentos da empresa.

Como impacto indireto Santos *et al* (2005), considera a introdução no sistema de fornecedores existentes na proximidade geográfica da empresa. Desta forma serão provocadas várias alterações na região envolvente à empresa, haverá mais investimentos em formação das pessoas na retenção das mesmas na região, para além da criação de emprego, entre outros benefícios existentes.

Santos *et al* (2005), refere, que na componente externa é necessário que as empresas associem práticas de sustentabilidade às suas ações no exterior, com princípios de desenvolvimento sustentável que garantam um alto padrão de responsabilidade social.

Nesta componente devem ser adotadas práticas socialmente responsáveis na gestão dos seus produtos/serviços, nas relações com os parceiros e com a comunidade.

O mesmo autor refere exemplos de benefícios consequentes da adoção de políticas e práticas de responsabilidade empresarial são elas:

- ❖ *“Ganhos em motivação dos colaboradores – a satisfação de realizar um trabalho significativo para a organização e para a comunidade onde esta se insere, gera motivação, baixa a rotação e aumenta a capacidade de atração e retenção dos colaboradores mais qualificados”* (Santos *et al*, 2005, pag.45).
- ❖ *“Pode significar a posse de uma vantagem competitiva no mercado importante – pela discriminação eu o próprio mercado fará dos produtos/serviços colocados por organizações socialmente responsáveis e orientadas para a garantia de um desenvolvimento sustentável.”* (Ibidem)
- ❖ *“É fonte de reputação – essa reputação pode ser importante sempre que a organização abordar novos relacionamentos, sejam parceiros para explorar novos mercados, produtos ou tecnologias; seja atração de investidores; seja no relacionamento com os organismos reguladores estatais ou com a comunidade envolvente.”* (Ibidem)

- ❖ “É fonte de inovação, pela maior exigência e rigor no posicionamento face às questões que se colocam ao desenvolvimento da organização.” (Ibidem)

4.2.3. Dimensão Ambiental

Portugal possui um quadro legislativo ambiental que responde atualmente às exigências da Comunidade Europeia (ENDS, 2006).

Para as empresas, a dimensão ambiental está relacionada com os seus impactos sobre o ambiente, que inclui os ecossistemas, os solos, o ar e a água.

Segundo a APSIOT (2004), a dimensão ambiental compromete-se com a preservação do meio ambiente para que as futuras gerações o encontrem saudável. Para que a preservação ambiental se mantenha as empresas sofrem pressões externas e pressões internas.

As pressões externas são feitas por parceiros, organizações não governamentais (ONG,s) consumidores, autoridades públicas e as pressões internas são feitas pelos próprios proprietários das empresas e pelos trabalhadores. Estas pressões tem por objetivo incentivar o desenvolvimento de uma política ambiental nas empresas.

A dimensão ambiental, é um pilar essencial para o desenvolvimento sustentável, na medida em que se desenvolve uma consciência ambiental que permite à sociedade em geral e às empresas a diminuição de resíduos e emissão de agentes poluentes, a redução de custos relativos à eliminação de resíduos, permite a poupança de energia e a criação de sistemas de tratamento de águas e afluentes líquidos (Santos *et al*, 2005).

Santos *et al* (2005), salientam a importância das boas práticas ambientais por parte das empresas, em todas as suas fases de atividade. Uma empresa responsável do ponto de vista ambiental admite os impactos que a sua atividade tem sobre os ecossistemas, terra, ar e água e assume a responsabilidade por esses mesmos impactos. Existem dois aspetos relevantes nas empresas que são a componente interna e componente externa da responsabilidade ambiental.

Componente Interna

Esta componente refere-se à adoção de políticas e procedimentos internos que tem como principal objetivo a melhoria contínua do desenvolvimento ambiental.

O desenvolvimento da responsabilidade ambiental das empresas consiste no levantamento e análise do comportamento ambiental gerado por todas as atividades das empresas tais como:

- ❖ A emissão de poluentes gasosos;
- ❖ Produção de resíduos sólidos;
- ❖ Rejeição de águas residuais;
- ❖ Abastecimento de águas;
- ❖ Ambiente de trabalho;
- ❖ Consumo de energia.
- ❖ Ruído.

A responsabilidade ambiental das empresas para Santos *et al* (2005), lança um desafio às mesmas, para que estas orientem as suas estratégias de forma a que consigam cumprir toda a legislação em vigor em matéria ambiental e para que adotem práticas voluntárias no sentido de melhorar continuamente o seu desempenho ambiental.

O cumprimento destes objetivos leva a que as empresas adotem uma gestão orientada no sentido da maior eficácia na utilização dos recursos.

Componente Externa

Esta componente refere-se à interação das empresas com os parceiros externos e com a comunidade em geral. As empresas ambientalmente responsáveis tendem a escolher fornecedores com desempenho igualmente sustentável. E a tomarem medidas de proteção ambiental que permitam a preservação da qualidade do ambiente dos locais onde as empresas se situam. Desta forma conseguem alcançar prestígio junto das comunidades.

4.3. Responsabilidade empresarial como oportunidade de criação de valor

A responsabilidade empresarial de acordo com o Instituto Ethos é encarada pelas empresas como sendo um conceito que define que as mesmas têm obrigações, não só na gestão dos seus negócios e no cumprimento das diretrizes legais, mas também a obrigação de olhar pelo bem-estar dos seus colaboradores, da comunidade e da sociedade em geral. Podendo assim ter a oportunidade de criar valor através da responsabilidade empresarial.

A criação de valor é essencial à sobrevivência das empresas. O autor aponta uma fórmula para a criação de valor que é a diferença entre o valor do que é produzido e o valor dos recursos que são consumidos, isto tudo numa perspetiva de longo prazo (Santos, P. 2007).

No entanto, e segundo o mesmo autor, a criação de valor não muito fácil de medir. Visto que até as próprias empresas têm muita dificuldade em medir o valor criado, isto porque as empresas na nossa economia têm liberdade para entrar e sair dos mercados e isso dificulta a medição dos lucros.

Poeta (2001) refere que a criação de valor se destina a quatro tipos de agentes: os clientes, os trabalhadores os acionistas, e a comunidade em geral. Só se consegue ter êxito na criação de uma comunidade de interesses, se existir entre todos os intervenientes um entendimento claro e objetivo que preconize a criação de valor.

Para uma empresa criar valor é fundamental que faça a distribuição de capitais pelos seus acionistas (Assaf, 2009).

O valor económico agregado de acordo com Assaf (2009), é importante porque, para além de ter contribuições relevantes, associa também o custo de oportunidade do capital ao investimento realizado, ressaltando deste forma a eficácia da administração da empresa.

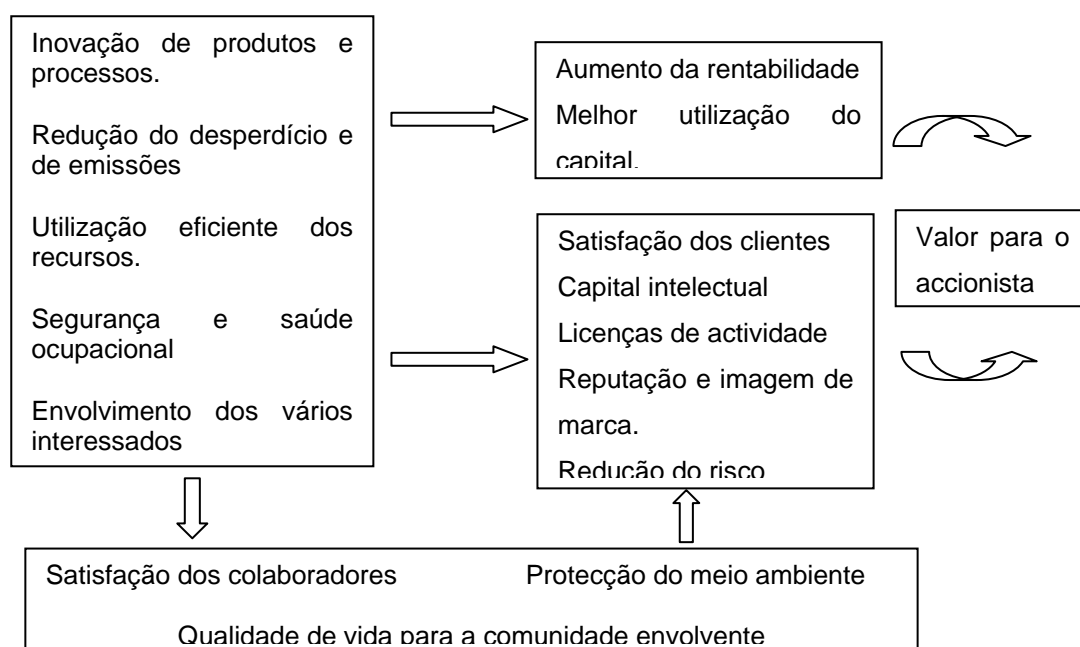
Segundo Pinto (2008), a criação de valor, só é possível se as empresas adotarem estratégias simples.

Algumas das vias referidas por Santos *et al* (2005), que se podem utilizar para fortalecer o valor das empresas através de implementação de políticas e práticas de sustentabilidade:

- ❖ Aplicação de políticas e práticas que conduzam à inovação em novos produtos, mercados e melhoria da tecnologia utilizada.
- ❖ Diferenciação das empresas através da sua reputação e da reputação adquirida com a aplicação de políticas e práticas de sustentabilidade que podem elevar o valor das suas marcas e licenças.

Para a Global Environment Management Initiative (GEMI) (2004), existem várias formas para fortalecer o valor das empresas através das políticas e práticas sustentáveis a figura 1 ilustra algumas dessas formas.

Figura 2 – Combinação de efeitos de Políticas e Práticas de Sustentabilidade sobre o Valor para os acionistas.



Fonte: GEMI (2004), “Clear Advantage: building shareholder value”, em *Global Environment Management Initiative*, Washington, p.5.

Os factores fundamentais para a criação de valor podem variar de negócios para negócio (GEMI, 2004).

O grupo GEMI EVI Work Group identificou dez factores, fundamentais para a criação do valor associados à implementação de políticas e práticas sustentáveis, que podemos verificar na tabela 2 seguinte:

Tabela 2 – Factores de Criação de Valor

Fatores	Descrição
Clientes	Capacidade para desenvolver relacionamentos com clientes na base da lealdade e da satisfação.
Liderança e a estratégia	Capacidades de gestão, experiência e visão de liderança para o futuro.
Transparência	Comunicação honesta feita de uma forma segura e aberta.
O Valor da Marca	Força de posição no mercado. A capacidade de expandir o mercado, a percepção da qualidade do produto / serviço e confiança percebida pelos investidores.
Reputação Ambiental e Social	Como é globalmente vista a empresa no que diz respeito às preocupações ambientais, comunitários, as preocupações regulamentares.
Aliança e Redes	Relacionamentos na cadeia de fornecedores, alianças estratégicas e parcerias.
Tecnologia e Processos	Execução estratégica, recursos de tecnologias de informação, gestão de Stocks, a flexibilidade, a reengenharia, a transparência e qualidade interna.
Capital Humano	Aquisição de talentos, retenção da força de trabalho, bom relacionamento com os trabalhadores, compensação salarial.
Inovação	Eficácia do sistema de desenvolvimento de novos produtos, cadeia de investigação e desenvolvimento (I&D), patentes, conhecimento e segredos comerciais.
Risco	Capacidade de gerir eficazmente o equilíbrio entre os potenciais riscos e potenciais oportunidades.

Fonte: GEMI (2004), “Clear Advantage: building shareholder value”, em *Global Environment Management Initiative*, Washington, p.9.

Para além dos dez fatores que o grupo GEMI identificou também criou um modelo de planeamento estratégico que pode ser adaptado praticamente por todas as empresas de produtos/serviços.

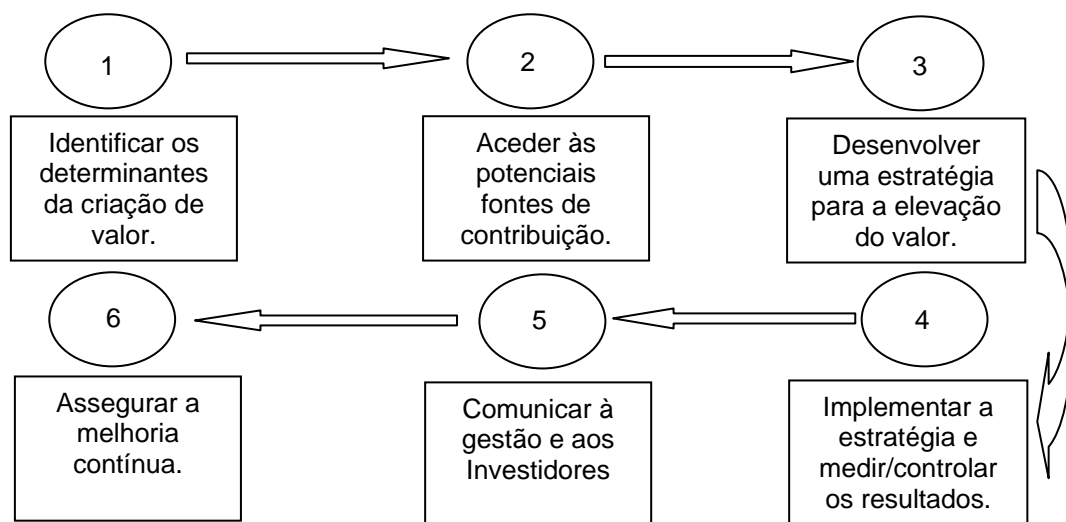
O processo consiste em seis etapas cíclicas:

1. Identificar os fatores, intangíveis, de criação de valor.
2. Aceder às potenciais fontes de contribuição.
3. Desenvolver uma estratégia para a elevação do valor.
4. Implementação a estratégia e medir/controlar os resultados.
5. Comunicar à gestão e aos investidores.
6. Assegurar a melhoria contínua.

Este processo segue o padrão tradicional de "Planear, Implementar, Controlar e Agir". Tornando-se simples para as empresas incorporar estas características no seu valor existente e

nos seus processos de criação. Podemos de seguida verificar na figura 3 as seis etapas do processo.

Figura 3 – Esquema de Clara Vantagem (Clear Advantage Process)



Fonte: GE"MI (2004), "Clear Advantage: building shareholder value", em *Global Environment Management Initiative*, Washington, p.26.

Santos (2007), concluiu que independentemente do processo utilizado para implementar políticas e práticas sustentáveis é necessário comunicar todo o processo ou método utilizado aos acionistas, correndo o risco de que se não for cumprido este princípio os esforços desenvolvidos perdem significados se não forem devidamente articulados e comunicados.

A comunicação da excelência em matéria de desenvolvimento sustentável e de responsabilidade social é uma parte integrante da visão das empresas, isto requer a criação de um processo sistemático que possibilite às empresas reconhecer e aproveitar as oportunidades existentes no sentido da criação do valor. Mas que institua simultaneamente uma prática sistemática de comunicação com os acionistas das empresas.

4.4. Análise Sumária

Neste capítulo deu-se especial importância à responsabilidade empresarial, e à forma como é aplicada na gestão das empresas.

Facilmente se percebeu que o modelo de responsabilidade empresarial só resulta se forem estabelecidos objetivos e estratégias, onde todos os intervenientes se envolvam na sua concretização.

Para que esta realidade se alcance é necessário que as empresas conheçam as dimensões social, económica e ambiental onde operam. O conhecimento exato destas três dimensões leva a que mais facilmente se construa um conjunto de ações a desenvolver na empresa que tenham como objetivo conseguir alcançar maior desempenho a nível de desenvolvimento sustentável.

No que diz respeito à dimensão social, as empresas podem apostar na formação profissional dos seus colaboradores, assim como melhorar as suas condições de trabalho entre outras medidas, valorizando assim o teu tecido humano dotando-o de mais competências. As boas práticas a nível social levam a que a empresa seja reconhecida pela comunidade como sendo socialmente responsável.

Já na dimensão económica é importante que as empresas comuniquem o seu desempenho financeiro a todas as partes interessadas. Esta dimensão é fundamental para a empresa porque é a sua atividade principal. É através dela que se percebe como é que a empresa atua no mercado, se integra preocupações sociais e éticas ambientais na sua estrutura organizacional.

Relativamente à dimensão ambiental as empresas, devem, implementar políticas ambientais com o objetivo de melhorar o seu desempenho a este nível. Como por exemplo fazendo um levantamento do comportamento ambiental gerado pela atividade.

A responsabilidade ambiental é sem dúvida um desafio que as empresas têm que enfrentar, na medida em que terão que conseguir cumprir toda a legislação em vigor relativamente a esta matéria e ainda voluntariamente melhorar continuamente o seu desempenho ambiental, envolvendo neste objetivo também os seus parceiros e toda a comunidade em geral, desta forma conseguem alcançar prestígio junto das comunidades.

Ao se conseguir identificar estas três componentes consegue-se mais facilmente perceber a forma como as empresas através da responsabilidade empresarial têm uma oportunidade de criar valor.

A criação de valor é a diferença entre o valor do que é produzido e o valor dos recursos que são consumidos. Logo é essencial, pois é através dela que as empresas conseguem ter êxito.

As empresas conseguem criar valor através de estratégias que passam pela aplicação de políticas e práticas que conduzam à inovação de novos produtos e processos, à redução de desperdícios ao melhoramento da tecnologia aplicada na sua produção entre outras medidas. Isto leva a que aumente a rentabilidade e seja melhor utilizado o capital. Desta forma consegue-se a redução de riscos, a satisfação dos clientes, um aumento do capital intelectual, assim como aumentam a sua reputação e imagem de marca.

As empresas tornam-se desta forma diferenciadoras, pois a comunidade vê-as como protetoras do meio ambiente, os seus colaboradores sentem-se satisfeitos com a qualidade de vida que a empresa lhes proporciona tanta a eles como à comunidade envolvente.

Uma forma de tornar simples às empresas de produtos/ serviços a criação de valor é seguindo o padrão tradicional de “planear, implementar, controlar e agir”.

Este processo consiste numa primeira fase na identificação dos fatores da criação de valor, numa segunda fase é necessário aceder às potenciais fontes de contribuição, numa terceira fase as empresas devem desenvolver uma estratégia para a criação do valor, seguidamente e numa quarta fase deve-se implementar a estratégia e medir e controlar os resultados. Numa quinta fase deve-se comunicar à gestão e aos investidores todo o processo ou método utilizado e numa última fase deve assegurar-se a melhoria contínua dos resultados obtidos.

No seguimento deste capítulo e dos anteriores, surgiu a necessidade de desenvolver um estudo empírico que permita analisar num conjunto de empresas da indústria de malhas dos concelhos de Seia e Gouveia a forma como aplicam a inovação e o desenvolvimento sustentável na gestão das suas empresas. Tema este que será desenvolvido no capítulo V.

**PARTE II – CASO DE ESTUDO: INOVAÇÃO E
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NA INDÚSTRIA DE
MALHAS NOS CONCELHOS DE SEIA E GOUVEIA:**

CAPÍTULO V: ESTUDO EMPÍRICO

5.1 Introdução

De modo a podermos analisar a aplicação das questões de inovação e desenvolvimento sustentável nas empresas portuguesas, nomeadamente no setor têxtil, subsector das malhas, iremos proceder à descrição da metodologia a seguir para a realização de um estudo empírico.

Com base em toda a pesquisa e fundamentação teórica efetuada e exposta anteriormente podemos desenhar o método mais adequado para a prossecução do nosso objetivo de investigação.

5.2. Metodologia

5.2.1. Enquadramento metodológico

Em qualquer estudo científico é necessário escolher a metodologia adequada aos objetivos de investigação definidos.

Metodologia é um conjunto de métodos e técnicas que orientam um processo de investigação científica (Fortin, 2009).

Barañano, (2004) refere que a metodologia a utilizar deve indicar o tipo de estudo a realizar, as técnicas utilizadas para a obtenção dos dados e os métodos a aplicar para a exploração dos dados obtidos.

Seguindo este raciocínio definem-se os objetivos da investigação que tem como finalidade permitir a apresentação das principais conclusões do estudo.

O objetivo central deste estudo consiste na análise da inovação e do desenvolvimento sustentável em contexto empresarial. Assim, o universo a ser estudado abrangerá as empresas do subsector dos têxteis a indústria de malhas dos concelhos de Seia e Gouveia.

Foram escolhidas estas empresas e estes concelhos como objeto de estudo empírico devido à proximidade geográfica e acessibilidade de informação.

A finalidade desta investigação é perceber se estas empresas defendem a implementação de inovações que respeitem o ambiente, se praticam um desenvolvimento sustentado e se consideração as preocupações ambientais/ sociais na definição da sua estratégia/ missão. Assim para o efeito foi elaborado um inquérito.

Pretende-se, com este estudo, fazer a comparação da informação recolhida através de bibliografia com a informação recolhida em contexto prático junto das empresas. Desta forma é feita uma comparação entre as ideias principais defendidas atualmente e o que existe na realidade.

Pretende-se, desta forma, que a natureza da pesquisa em causa se evidencie exploratória, descritiva e prescritiva.

É exploratória porque tem a finalidade de trazer novos conhecimentos acerca da inovação e do desenvolvimento sustentável, é descritiva porque descreve as possíveis determinantes de inovação e do desenvolvimento sustentável com impacto positivo no desempenho económico-financeiro e prescritiva porque se pretende contribuir, desta forma, para uma melhor compreensão e atuação, sobre o processo de inovação e desenvolvimento sustentável nas empresas.

5.2.2. Problema / Questões de investigação

A investigação parte de um problema que surge de uma pergunta precisa, unívoca e realista, Pardal *et al.*, (1995) refere que essa pergunta é formulada com a intenção de compreensão ou explicação da realidade do objeto de estudo.

Para Quivy *et al.* (2008) as questões a investigar inserem-se na lógica teórica da problemática do projeto de investigação e de acordo com o objetivo desta investigação.

Assim no seguinte estudo são consideradas as seguintes questões:

Questão 1: As preocupações em termos ambiental, social económico têm impacto em termos de desenvolvimento sustentável?

Questão 2: As empresas portuguesas integram na sua gestão as preocupações de inovação e sustentabilidade?

5.2.3. Métodos de recolha de dados

A pesquisa descritiva utiliza vários métodos de recolha de dados segundo Kinnear e Taylor (1991) podem ser dados secundários, simulações ou comunicação de inquéritos.

O inquérito é um instrumento de recolha de dados, constituído ordenadamente por uma série de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem presença do entrevistador (Lakatos *et al.*, 2007).

Barañano (2004) defende que a recolha dos dados deve ser feita com especial preocupação e que a linguagem utilizada deve ser clara, de modo a permitir que as conclusões produzidas representem informações novas.

As vantagens do questionário segundo Quivy *et al.* (2008) são a possibilidade de quantificar um grande número de dados, a possível de proceder a um grande número de análises e a sua representatividade ser facilmente satisfeita.

A recolha dos dados foi efetuada através da comunicação por inquérito. Baseou-se numa análise quantitativa e na observação de documentação indispensável para o estudo. Foi realizado um questionário (ver anexo 2) com perguntas claras e objetivas, as quais garantiam a uniformidade no entendimento dos entrevistados e também a padronização dos resultados.

O questionário aplicado às empresas selecionadas visou investigar a forma como as empresas efetuam a gestão da inovação ambiental e procuram o desenvolvimento sustentável. Para o efeito a base da sua elaboração foram os questionários a seguir indicados que podem ser consultados no anexo 3:

- ***Inquérito Comunitário à Inovação (CIS 2008)*** – Inquérito do sistema estatístico nacional.
- ***Terceiro Inquérito Comunitário à inovação (CIS III)*** – Inquérito do sistema estatístico nacional.
- ***Questionário da Pesquisa de Inovação tecnológica 2005*** – Inquérito do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

Este inquérito foi utilizado para dar um ar mais global às questões em estudo.

- ***Inquérito ao Desenvolvimento Empresarial Sustentado (APCADEC)*** – inquérito da Associação Portuguesa de Compras e aprovisionamento.
- ***Questionário à Comunidade – Empresas Agenda 21 Local Lousã*** – Sociedade Portuguesa de Inserção.

A primeira parte do questionário teve por base todos os inquéritos em cima mencionados, tendo sido construídas questões que os tiveram como fonte de orientação.

Já os inquéritos comunitários à inovação, CIS 2008 e CIS III, e o questionário da pesquisa de inovação tecnológica 2005, foram a base da construção da segunda parte, pois estudam diretamente a inovação em contexto empresarial.

A terceira parte do inquérito lançado, teve como base da sua construção o inquérito de desenvolvimento empresarial sustentado e o questionário à comunidade – empresas – agenda 21 local Lousã. Estes inquéritos estudam o desenvolvimento empresarial sustentado e foi nesta medida que foram utilizados, pois integram as questões que gostaria de ver respondidas pelas empresas inquiridas.

Na conceção do inquérito adotou-se uma escala nominal e uma escala dicotómica onde foram colocadas questões “sim” ou “não”, e uma escala de Likert de amplitude 5, que permitiu ao inquirido indicar se considerava “mais preocupante” ou “menos preocupante”, alguma questão que lhe foi colocada, sendo o 1 “mais importante” e o 5 “menos importante”.

O inquérito pode ser dividido em 4 partes: sendo a primeira denominada da caracterização da amostra que compreende a identificação e caracterização das empresas, na segunda parte é feita uma análise do processo de inovação, já a terceira parte faz uma análise do processo de desenvolvimento sustentável nas empresas, na quarta e última parte é feita a caracterização dos inquiridos.

Para o tratamento dos inquéritos recorreu-se à análise estatística que deve sempre fazer parte integrante de qualquer projeto de investigação sempre que possível. Na presente investigação ela é essencial e decisiva. Tem como papel principal verificar, concreta e objetivamente, se os resultados obtidos no universo de empresas estudadas têm significância estatística e se certificam os pressupostos subjacentes à análise teórica.

Os resultados obtidos neste trabalho resultaram do tratamento estatístico dos questionários e as conclusões apresentadas de um tratamento simples, fornecido por técnicas de estatística descritiva, do programa de dados SPSS versão 18. O *software* foi utilizado para dar tratamento às questões fechadas e apresentar gráficos e tabelas dos resultados.

Este estudo desenvolveu-se através da seleção de 13 empresas representativas do universo do tecido empresarial dos concelhos de Seia e Gouveia do setor da Indústria de Malhas. Esta escolha foi influenciada pela facilidade de acesso pessoal e pela relevância das empresas em questão.

Para recolher a informação foram enviados mensagens eletrónicas, fazendo-se acompanhar de uma carta de apresentação a expor o motivo do contacto. Posteriormente foram efetuados contactos telefónicos, com os responsáveis das empresas para se efetuar a calendarização de uma entrevista pessoal a fim de se proceder à recolha dos dados pedidos no questionário.

5.2.4. Métodos de análise de dados

Finalizada a análise dos métodos de recolha dos dados, é necessário efetuar a análise e interpretação dos mesmos.

Segundo Fortin (2009), nesta fase dá-se especial atenção aos resultados obtidos, comparando os resultados uns com os outros e faz-se também a comparação com a recolha teórica efetuada anteriormente.

Para se atingir os objetivos do estudo foram utilizadas algumas técnicas de estatística univariada e bivariada.

A análise univariada pretende fornecer um só valor através de uma indicação da distribuição dos valores das variáveis. Neste sentido foram realizados gráficos e quadros de distribuição de frequências absolutas e relativas, para descrever os dados obtidos.

Na análise bivariada foram realizadas tabelas de contingência (“*cross-tabs*”) que têm como objetivo identificar a inter-relação das variáveis. Que surgem acompanhadas pelo teste do Qui-quadrado.

Para se efetuar o teste do Qui- quadrado recorreu-se ao programa estatístico SPSS (versão 18) o teste tem como finalidade estudar as diferenças entre as frequências observadas na amostra e as esperadas. E verificar se são estatisticamente significativas ou se devem ser imputadas a erros amostrais ou a baixas variações dos dados.

Através do Qui-quadrado podemos testar as seguintes hipóteses:

H_0 = as variáveis são independentes entre si

H_1 = as variáveis não são independentes entre si

A estatística do Qui-quadrado é a seguinte:

$$T = \sum \frac{(F_{oi} - F_{ei})^2}{F_{ei}} \quad (\text{FÓRMULA 4})$$

F_{oi} = frequência observada para a categoria i de cada variável

F_{ei} = frequências esperadas quando se verifica a hipótese nula para a mesma categoria i

Se o valor da distribuição do Qui-quadrado, para $(n_1-1)(n_2-1)$ graus de liberdade e um nível de significância de 5%, for superior ao da estatística T, não deverá ser rejeitada a hipótese nula de independência das variáveis.

A estatística permite descrever e compreender relações entre variáveis, a tomada de melhores e mais rápidas decisões e facilita a tomada de decisões para fazer frente à mudança (Pereira, 2008).

O principal objetivo da estatística descritiva é a redução de dados e consiste em determinar que generalizações sobre a população podem fazer-se a partir da amostra que da mesma foi recolhida (Reis, 2009). A denominação de “amostra” é tomada frequentemente num sentido mais amplo como sinónimo de dados ou observações enquanto que a “população” é a totalidade; ou seja, o conjunto de todas as possíveis observações feitas em circunstâncias semelhantes.

Para a realização do estudo foi necessário analisar a fiabilidade, segundo LITWIN, (1995) a fiabilidade mede o desempenho de um instrumento numa dada população evitando o agrupamento de questões relevantes.

A fiabilidade é a capacidade de uma medida ser consistente (Maroco e Marques, 2006) se um instrumento de medida dá sempre os mesmos resultados, podemos confiar no significado da medida e dizer que a medida é fiável. No entanto temos que ter em conta que toda a medida é sujeita a erro.

O erro é a variabilidade observada no processo de mensuração de um mesmo objeto. A ausência de erro é consistência, consistência é assim o termo fundamental para definir o conceito de fiabilidade (Maroco e Marques, 2006).

Para medir a consistência interna e a fiabilidade do questionário, calculou-se o alfa de Cronbach, assim validam-se desta forma os inquéritos.

Para o cálculo do alfa de Cronbach, é necessário que todos os itens estejam codificados exemplo disso são as variáveis com valores numéricos e, preferencialmente, que apresentem uma distribuição normal, pois o alfa é sensível às variâncias do conjunto (Hill & Hill, 2009).

Segundo Hill & Hill (2009), a estimação da fiabilidade interna do *alfa de Cronbach* é considerada boa quando os valores se situam entre 0.80 e 0.90. Para os valores superiores a 0.90 a estimação da fiabilidade é considerada excelente.

Tabela 3 – Resumo do Processo de caso

Case Processing Summary		N	%
Cases	Valid	2	15,4
	Excluded ^a	11	84,6
	Total	13	100,0

a. List wise deletion based on all variables in the procedure.

Tabela 4 – Análise de fiabilidade

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,822	94

Podemos verificar nas tabelas 3 e 4 que a consistência interna encontrada é considerada boa pois o valor obtido é de 0.822 que significa que a sua fiabilidade é moderada a elevada.

Temos que referir que para que os resultados do tratamento estatístico tivessem significância foram obtidos resultados em que o nível de significância adotada foi de $p < 0,05$.

Para um tratamento estatístico completo foi realizada uma análise fatorial. Esta análise inclui um conjunto de técnicas estatísticas cujo objetivo é representar ou descrever um número de variáveis iniciais a partir de um menor número de variáveis hipotéticas. Essas variáveis hipotéticas são os chamados fatores (Reis, 2009).

Parte da estrutura de dependência existente entre as variáveis de interesse (em geral representada pelas correlações ou covariâncias entre essas variáveis), permitindo a criação de um conjunto menor de variáveis (variáveis latentes, ou fatores) obtidas como função das variáveis originais (Vicente, 2001).

A análise da validade fatorial dos componentes principais foi realizada através da função *Data Reduction* disponibilizado no SPSS (versão 18) que requer um KMO igual ou superior a 0,7.

Na realização deste estudo, verificou-se, como se previa, que pelo facto de ter sido estudado um numero reduzido de empresas este teste não teve resultados. Aparecendo um aviso que

referia a existência de dois casos em que pelo menos, uma das variáveis tinha zero de variância, ou coeficientes de correlação por este facto a análise não pôde ser calculada para todos os pares de variáveis.

Num passo seguinte da análise dos dados foi realizada a análise de frequências que permite descrever adequadamente as variáveis discretas, ordinais ou nominais (Pereira, 2008).

Segundo Sangreman *et al* (2010) entende-se frequência como sendo o número de vezes que determinada possibilidade ocorre numa variável, ou, de uma forma mais simples, o número de inquiridos que responderam a uma questão.

Neste estudo foram feitas análises de frequência para todas as questões e como resultado obtivemos tabelas de frequência que serão analisadas individualmente ao longo do ponto 5.8 deste capítulo.

Mas como as tabelas de frequências por si só não refletem na totalidade do estudo em análise todas as conclusões necessárias. Foi preciso recorrer ao cruzamento de variáveis para que se obtivesse uma análise completa e fiável do estudo.

5.3. Caraterização do Setor da Indústria Têxtil e do seu Subsetor a Indústria de Malhas

5.3.1. Caraterização da Indústria Têxtil e do Vestuário

A indústria têxtil e do vestuário em Portugal, segundo o Centro de Inteligência Têxtil (CENIT, 2009), possui uma vasta história e tradição.

A Indústria Têxtil e do Vestuário (ITV) segundo Vasconcelos (2011), é uma das indústrias com maior representatividade da estrutura industrial portuguesa, tornando-se fundamental para a economia e para uma percentagem significativa de mão de obra industrial.

De acordo com a caracterização do setor apresentada pela Associação Têxtil e Vestuário de Portugal (ATP) a Indústria Têxtil e de Vestuário é uma das mais importantes indústrias para a economia portuguesa.

Este representou no ano de 2010:

- **11%** do total das Exportações portuguesas;
- **22%** do Emprego da Indústria Transformadora;
- **8%** do Volume de Negócios da Indústria Transformadora
- **7%** da Produção da Indústria Transformadora.

Portugal tem cerca de 7 mil empresas a laborar em todos os subsectores da indústria têxtil e do vestuário, algumas das quais são unidades verticais, embora na sua maioria sejam pequenas e médias empresas, todas bem conhecidas pela sua flexibilidade e resposta rápida, *know-how*⁵ e inovação (Vasconcelos, 2011).

A maioria das empresas deste setor localizam-se no Norte de Portugal (Porto, Braga, Guimarães e Famalicão), mas também se encontram algumas na Covilhã e Seia, dedicadas aos produtos de lã (ibidem).

Guerreiro, *et al* (2008) refere que a indústria têxtil e do vestuário portuguesa (ITV) é essencialmente de pequena dimensão constituída até nove trabalhadores por empresa, porque existe um aumento significativo de empresas de pequena dimensão na estrutura empresarial, embora se comece a assistir a um ligeiro aumento de empresas de grande dimensão até 500 trabalhadores, neste setor predominam as pequenas e médias empresas.

A ITV de acordo com Pinheiro *et al* (2010) possui algum peso no emprego da indústria transformadora, e que desta forma contribui para o valor das exportações portuguesas, para o volume de negócios da indústria transformadora, e para a produção, este setor é fulcral para a economia portuguesa.

⁵ Tradução: *Conhecimento*

O mesmo autor refere ainda que este setor tem constituído o sustento de muitos agregados familiares, tendo proporcionado estabilidade ao longo de várias décadas, o que permitiu a aquisição de novas e diferentes oportunidades.

Mas com as alterações verificadas no mercado mundial da Indústria dos têxteis e do vestuário tem-se verificado a adaptação de algumas empresas ao mercado, tendo havido especialização em produção de fio, malhas e confeção de tecidos.

O crescimento da ITV consolidou a especialização setorial que se veio a delinear ao longo das últimas décadas (Pinheiro *et al*, 2010).

Esta especialização traduziu-se a vários níveis, nomeadamente:

- Reforço da componente do emprego industrial em valor absoluto;
- Aumento do seu peso na estrutura setorial;
- Incremento da sua importância no conjunto das nossas exportações;
- Redirecionamento das exportações portuguesas para o mercado europeu e americano.

Na atualidade o setor têxtil enfrenta várias dificuldades (Ibidem).

A Comissão das Comunidades Europeias (2004), refere os fatores que têm contribuído para aumentar as dificuldades do setor têxtil, são eles:

- O abrandamento económico da UE e dos seus principais mercados de exportação;
- A evolução da taxa de câmbio do dólar norte-americano e do euro que continua a afetar negativamente a competitividade de vários tipos de produtos;
- A abertura da Organização Mundial do Comércio (OMC) a países como a China e a Índia, cuja competitividade assenta nos baixos custos da sua mão de obra.

5.3.2. Caracterização do Subsetor da Indústria Têxtil: a Indústria de Malhas

Segundo o Instituto Nacional de Engenharia e Tecnologia Industrial (INETI) (2000), as empresas do setor têxtil, estão inseridas pela classificação de atividade económica (CAE), fundamentalmente na CAE 17 que é a fabricação de têxteis e na CAE 18 indústria do vestuário.

A Indústria de Malhas com classificação e agrupamento da atividade económica (CAE) 14390 é um subsetor da indústria do vestuário (ITV) este setor desde sempre assumiu um papel de relevo em termos de emprego e na economia nacional.

Os dados obtidos junto do Instituto Nacional de Estatística (INE) no ano de 2009, exibem a importância deste subsetor na indústria do vestuário está refletida na figura 4. Que refere que este subsetor está representado em Portugal por 89 empresas que possuem um volume de negócio total de €3 927 299, distribui pela venda no mercado nacional (€38 072 051), na união europeia (€52 594 356), e por serviços prestados em Portugal (€4 612 638).

Para o INE (2010) trata-se de um setor maduro, fragmentado e sujeito a desajustamentos periódicos entre a oferta e a procura, cujo desempenho se encontra fortemente condicionado pelas flutuações da atividade económica mundial.

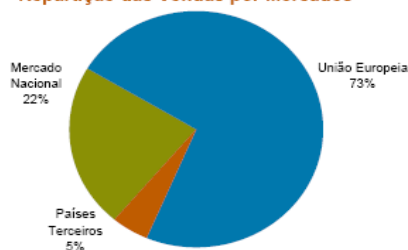
Figura 4 - Venda de produtos por mercados e prestação de Serviços do CAE 14

Divisão 14

Indústria do vestuário

2009	CAE Rev.3	Designação	Unid. Activ. Econ. n°	Valor das Vendas				Portugal Serviços Prestados
				Total	Mercado Nacional	União Europeia	Países Terceiros	
Euros								
14			1 293	1 619 041 263	363 793 578	1 177 476 139	77 771 546	201 969 001
14110	Confeção de vestuário em couro	14		2 188 221	2 167 357	478 505
14120	Confeção de vestuário de trabalho	44		29 888 823	17 263 493	10 164 115	2 459 215	2 371 195
14130	Confeção de outro vestuário exterior (excepto vestuário de trabalho)	463		509 328 882	136 939 658	345 595 633	26 793 591	132 728 108
14140	Confeção de vestuário interior (inclui camisas, blusas e t-shirts)	384		713 576 417	102 126 379	584 000 747	27 449 291	50 881 897
14190	Confeção de outros artigos e acessórios de vestuário	228		154 237 739	32 011 097	110 191 796	12 034 846	4 739 000
14200	Fabricação de artigos de peles com pelo	12		1 826 729	1 029 261	265 687
14310	Fabricação de meias e similares de malha	62		114 071 153	34 184 282	74 219 450	5 667 421	5 891 971
14390	Fabricação de outro vestuário de malha	86		93 927 299	38 072 051	52 594 356	3 260 892	4 612 638

Divisão 14
Repartição das Vendas por Mercados



Fonte: INE 2010, *Estatísticas de Produção industrial 2009* – Instituto Nacional de Estatística, Edição 2010

5.4. Apresentação, análise e interpretação dos resultados

Este estudo propôs-se caracterizar o fenómeno da inovação e desenvolvimento sustentável nas empresas do sector da indústria das malhas dos Concelhos de Seia e Gouveia.

Saber de que forma as empresas abordam este tema e o aplicam, criou a necessidade de investigar este tema mais aprofundadamente.

O objetivo central deste estudo, consiste numa melhor compreensão das empresas e dos seus processos inovadores e sustentáveis, e não tem a pretensão de esgotar o tema em causa, mas sim contribuir para o enriquecimento da informação disponível sobre o mesmo.

A população alvo é a totalidade dos elementos que estão em conformidade com as especificações estabelecidas segundo Vicente *et al* (2001).

De acordo com Churchill (1983), as especificações da população definem os elementos que pertencem ao grupo alvo e aqueles que não pertencem e defende que a definição da população é usualmente feita geograficamente, temporalmente ou com critérios demográficos.

Desta forma a população alvo deste estudo é a subsector da indústria dos têxteis e do vestuário a indústria de malhas nacional.

Segundo Reis (2009) a amostra é uma parte ou subconjunto da população que possui características iguais e representam o universo da investigação. A sua característica mais importante é a representatividade em relação à população total e não o seu tamanho.

Para se obter uma amostra é necessário reduzir a população a uma dimensão menor sem perder as características essenciais (Reis, 2009).

O tipo de amostra utilizada foi a intencional dado que o estudo contempla as empresas da indústria de malhas dos concelhos de Seia e Gouveia com o CAE 14390.

Na tabela 5 pode verificar-se o total da amostra das empresas que responderam ao questionário.

Tabela 5 – Empresas selecionadas para dar resposta ao inquérito aplicado

EMPRESAS SELECIONADAS PARA REALIZAR O ESTUDO
FABRICA DE MALHAS MAPEX, LDA
M.L.P. – EMPRESA DE MALHAS PINTO LUCAS, LDA
LOPES BRITO & BRITO, LDA
ARMINDO PINHEIRO, S.A.
MALHAS MATILENE- FABRICO E COMERCIO DE MALHAS EXTERIORES, LDA
VENTURA E FONSECA, LDA
LJC TÊXTEIS, SOCIEDADE UNIPessoal, LDA
TOBIQUE RIVER – TEXTEIS, UNIPessoal, LDA
MANUEL DIAS COUTINHO & FILHOS, LDA
MALHAS ISABEL – ALTA MODA E DESIGN, LDA
MALHAS ZEFATINA, LDA
MALHAS – ANDREITOFLEX, LDA

Fonte: Elaboração Própria

5.4.1. Identificação e Caracterização das Empresas Inquiridas

A amostra utilizada neste estudo é composta por 13 empresas da Indústria de Malhas dos Concelhos de Seia e Gouveia que correspondem neste setor de atividade à totalidade (100%) do universo das empresas existentes neste dois concelhos.

As empresas inquiridas têm entre os 2 e os 40 anos de funcionamento, estando as suas datas de constituição compreendidas entre os anos de 1971 e 2009.

A maior parte do volume de faturação das empresas inquiridas situa-se abaixo dos €250,0000 à exceção de três empresas que situam a sua faturação entre €250,000,1 e os €100.000,01, correspondem exatamente a 77% e a 23% do total, como se pode verificar na tabela 6.

Tabela 6 – Volume de faturação das empresas

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Menos de 125000	5	38,5	38,5	38,5
125001 a 2500000	5	38,5	38,5	76,9
2500001 a 5000000	1	7,7	7,7	84,6
5000001 a 10000000	1	7,7	7,7	92,3
Mais de 10000001	1	7,7	7,7	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Verifica-se na tabela 7 que estas empresas possuem um capital social que vai desde os €5000 aos €100.000,01, 23% das empresas possuem um capital social no valor de €25.000 e 15,4% possuem um capital social de €10.000, as restantes empresas possuem capitais sociais a cima e abaixo dos valores indicados sendo que as com menor capital social têm €5000 e as de maior capital social €1.000.000,01.

Tabela 7 – Capital social das empresas

Capital Social

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
5000	1	7,7	7,7	7,7
10.000	2	15,4	15,4	23,1
20.000	1	7,7	7,7	30,8
25.000	3	23,1	23,1	53,8
72.500	1	7,7	7,7	61,5
100.000	1	7,7	7,7	69,2
125.000	1	7,7	7,7	76,9
250.000	1	7,7	7,7	84,6
1.000.000	1	7,7	7,7	92,3
100.000,01	1	7,7	7,7	100,0
Total	13	100,0	100,0	

São pequenas e médias empresas, que possuem na sua maioria (69%) entre 0 e 9 funcionários e os 10 e os 99 funcionários (30,8%) (tabela 8).

Tabela 8 – Número de colaboradores das empresas

Número de colaboradores				
	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
0 a 9	9	69,2	69,2	69,2
10 a 99	4	30,8	30,8	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Atuam essencialmente a nível nacional representando 69,2% do total. Seguidas pelas empresas que atuam em 80% do mercado nacional e 20% no mercado externo, que representando 15,4% do total, existe ainda uma empresa que desenvolve a sua atuação na sua grande maioria no mercado externo que corresponde a 60% do mercado externo e 40% do mercado nacional.

Tabela 9 – Importância dos mercados das empresas

Importância dos mercados				
	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
100% Nacional	9	69,2	69,2	69,2
80% Nacional e 20% Externo	2	15,4	15,4	84,6
40% Nacional e 60% Externo	1	7,7	7,7	92,3
97% Nacional e 3% Externo	1	7,7	7,7	100,0
Total	13	100,0	100,0	

5.4.2. Análise do Processo de Inovação das Empresas inquiridas

Quando se confrontaram as empresas com a primeira questão “Considera a Inovação um processo importante para o desenvolvimento sustentável na sua empresa?” constatou-se (tabela 10) que as respostas foram quase na totalidade unânimes à exceção de uma empresa todas as outras consideraram que a Inovação tecnológica é importante para o desenvolvimento sustentável das suas empresas.

Tabela 10 – Importância da inovação no desenvolvimento sustentável

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Não	1	7,7	7,7	7,7
Sim	12	92,3	92,3	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Questionadas acerca da importância da atividade de I&D realizada entre os anos de 2009 e 2010 verificou-se uma maior concentração de respostas em duas opções: 46,2% considera que a atividade de I&D é de importância média e 30,8% das empresas não desenvolveu atividade de I&D nos anos referidos.

Tabela 11 – Importância de I&D entre os anos de 2009 – 2010

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Alta	2	15,4	15,4	15,4
Médio	6	46,2	46,2	61,5
Baixa	1	7,7	7,7	69,2
Não desenvolvido	4	30,8	30,8	100,0
Total	13	100,0	100,0	

No global, podemos concluir, através da interpretação da tabela 11, que dos 61,6% de respostas valorizam a atividade de I&D, 15,4% considera a atividade de I&D alta, 46,2%, média. Os restantes 38,5% consideram a atividade de I&D baixa, ou não desenvolvem nenhuma atividade de I&D.

Quando se questionou sobre se possuem parcerias ou se contratavam centros de I&D externos de investigação, inovação e desenvolvimento sustentável, 84,6% das empresas referem não possuir quaisquer parcerias ou contratos com centros de I&D. Os restantes 15,4% respondem afirmativamente à questão possuindo parcerias e contratos com I&D externos.

Tabela 12 – Parcerias com centros externos de I&D

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Não	11	84,6	84,6	84,6
Sim	2	15,4	15,4	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Em relação à interpretação desta resultados e na sequência da questão imediatamente anterior, pode-se concluir que em resultado do cruzamento de ambas as respostas e apesar de 61,6% de respostas valorizar a atividade de I&D como sendo média alta, apenas 15,4% das empresas possuem parcerias e contratos com I&D externos.

Este aparente paradoxo poderá ser justificado pelo facto de que, nestas empresas, a I&D tenderá a não fazer parte da estratégia da empresa, existindo uma forte tendência para vir a ser gerida de forma impulsiva em função das suas necessidades.

Relativamente à questão que se colocou se as empresas entre os anos de 2009 e 2010 introduziram alguma inovação ambiental social ou tecnológica no seu processo de produção que tenha tido um impacto leve na sustentabilidade podemos verificar (tabela 13) que a resposta foi unânime todas responderam não ter introduzido nas suas empresas inovações que tivessem impacto na sustentabilidade.

Tabela 13 – Introdução de inovação ambiental, social e tecnológica 2009/2010

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Não	13	100,0	100,0	100,0

A resposta à questão “se a empresa ao adquirir equipamentos e máquinas tem em atenção a preservação do meio ambiente”, podemos verificar que todas as empresas responderam positivamente (tabela 14) mostrando assim que possuem consciência ambiental na aquisição de equipamentos e máquinas.

Tabela 14 – Preservação do meio ambiente ao adquirir máquinas e equipamentos

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Sim	13	100,0	100,0	100,0

Foi pedido aos entrevistados que se caso tivessem respondido positivamente à questão anterior assinalassem as preocupações que levam em conta a quando da aquisição dos equipamentos. Foram colocados à sua escolha numa tabela seis oportunidades de resposta que podemos verificar nas tabelas seguintes relativamente: ao consumo de eletricidade, ao o

manuseamento por parte dos operários, à rapidez na produção, às operações precisas, ao aumento da produção e à diminuição de operários.

Relativamente ao consumo de eletricidade pode-se verificar (tabela 15) que 92,3% das respostas levam em consideração a aquisição de máquinas com um consumo energético mais baixo e amigo do ambiente e 7,7% considera que o consumo de eletricidade não é uma preocupação a quando da aquisição de equipamentos.

Tabela 15 – Consumo de electricidade

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Não	1	7,7	7,7	7,7
Sim	12	92,3	92,3	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Quanto ao manuseamento por parte dos operários podemos verificar (tabela 16) que 69,2% das empresas inquiridas revelaram ter preocupações na aquisição de máquinas que sejam fáceis de manusear pelos funcionários.

Tabela 16 – Manuseamento por parte dos operários

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Não	4	30,8	30,8	30,8
Sim	9	69,2	69,2	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Podemos verificar na tabela 17 que todas as empresas inquiridas consideram a rapidez na produção um fator importante aquando da aquisição de equipamentos.

Tabela 17 – A rapidez na produção

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Sim	13	100,0	100,0	100,0

Quanto às operações precisas podemos verificar (tabela 18) que 84,6% das empresas inquiridas revelaram ter preocupação na aquisição de equipamentos que detenham este tipo de característica operações mais precisas menos erros mais produção.

Tabela 18 – As operações precisas

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Não	2	15,4	15,4	15,4
Sim	11	84,6	84,6	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Como podemos verificar na tabela 19 todas as empresas inquiridas são unânimes em considerar o aumento de produção um fator importante na aquisição de máquinas.

Tabela 19 – O aumento da produção

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Sim	13	100,0	100,0	100,0

Verifica-se na tabela 20 que relativamente à diminuição de operários 76,9% das empresas considera que é um fator a não ter em consideração quando pretendem adquirir equipamentos, já 23,1% têm em consideração a diminuição de operários a quando da aquisição de máquinas.

Tabela 20 – A diminuição de operários

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Não	10	76,9	76,9	76,9
Sim	3	23,1	23,1	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Do resultado da análise feita às tabelas anteriores relativamente à questão da aquisição de equipamentos e máquinas e da preocupação da preservação do meio ambiente, foi elaborada a tabela 21 que resume a percentagem de respostas positivas dadas.

Podemos concluir desta questão que a grande parte das empresas inquiridas têm preocupações na aquisição de equipamentos relativamente à preservação do ambiente.

Pode-se verificar que das seis possibilidades de resposta apenas uma não tem grande relevância apenas com 23,1% de resposta que corresponde à diminuição de operários, já as outras possibilidades de resposta possuem percentagens acima dos 70%.

Tabela 21 – Preocupações na aquisição de máquinas

	Porcentagem
O consumo de electricidade	92,3
O Manuseamento por parte dos operários	69,2
A rapidez na produção	100,0
As operações precisas	84,6
O aumento da produção	100,0
A diminuição de operários	23,1

Ao serem questionados sobre as dificuldades e obstáculos que podem ter tornado mais lenta a implementação de determinados projetos ou que os tenha inviabilizado em 2009 e 2010, 61,5% dos inquiridos diz não ter tido problemas a esse respeito por outro lado 38,5% os inquiridos referiu ter tido dificuldades na implementação de projetos nos anos de 2009 e 2010.

Tabela 22 – Dificuldades ou obstáculos à implementação de projetos 2009/2010

	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Acumulada
Não	8	61,5	61,5	61,5
Sim	5	38,5	38,5	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Através da análise estatística e do cruzamento desta questão com o volume de faturação verifica-se que as empresas que dizem ter tido dificuldades na implementação de projeto se relaciona em muito com o baixo volume de faturação que realizam anualmente.

Foi pedido aos inquiridos que não efetuaram inovação no ano de 2009 e 2010 que indicassem as razões para não terem realizado nenhuma atividade de inovação e foram-lhes dadas três possibilidades de resposta que podem ser analisadas na tabela seguinte.

Tabela 23 – Razões para não ter efetuado inovações 2009/2010

		Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
	Não, por inovação previa	4	30,8	50,0	50,0
	Não, por mercado	3	23,1	37,5	87,5
	Outros fatores	1	7,7	12,5	100,0
	Total	8	61,5	100,0	
Missing	System	5	38,5		
	Total	13	100,0		

Sendo que havia três possibilidades de resposta nesta questão a interpretação da tabela 23 permite concluir que 30,8% das empresas inquiridas não efetuou inovação por ter feito inovação prévia, 23,1% referem não terem efetuado nenhuma inovação devido às dificuldades existentes no mercado que condicionam a atividade inovativa e que não permitiria recuperar os investimentos e 7,7% não efetuou inovações devido a outros fatores que impediram o desenvolvimento e a implementação de inovações fatores esses que não foram referidos a quando da entrevista.

A interpretação das tabelas seguintes vai apontar as principais dificuldades que as empresas consideram prejudiciais para conseguirem inovar.

Para melhor se perceber as dificuldades com que estas empresas se debatem para inovar foi pedido aos inquiridos que assinalassem os fatores que consideram prejudiciais às atividades inovativas das empresas. Sendo que havia quatro possibilidades de resposta nesta questão que podiam ser de importância alta, média, baixa ou não considerada.

Na tabela 24 podemos verificar que 69,2% das empresas atribui ao risco económico uma importância alta, 23,1% atribui importância média e 7,7% importância baixa, podemos concluir que o risco económico é um dos fatores que impede as empresas de inovar.

Tabela 24 – Risco Económico

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Importância alta	9	69,2	69,2	69,2
Importância média	3	23,1	23,1	92,3
Importância baixa	1	7,7	7,7	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Relativamente à falta de pessoal qualificado 46,2% das empresas não encara este item como sendo um prejuízo para a atividade inovativa da empresa, já 46,2% das empresas considera que é de média importância possuir no seu quadro de pessoal pessoas qualificadas que possam ajudar no desenvolvimento da atividade inovativa nas suas empresas.

Tabela 25 – Falta de pessoal qualificado

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Importância média	6	46,2	46,2	46,2
Importância baixa	1	7,7	7,7	53,8
Importância não considerada	6	46,2	46,2	100,0
Total	13	100,0	100,0	

A maioria das empresas considera de importância baixa ou não considera a dificuldade na adequação a padrões e normas e a regulamentação para a atividade inovativa.

Tabela 26 – Dificuldade de adequação a padrões e normas e regulamentação

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Importância média	3	23,1	23,1	23,1
Importância baixa	6	46,2	46,2	69,2
Importância não considerada	4	30,8	30,8	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Já a escassez de fontes apropriadas de financiamento (tabela 27) é uma preocupação de alta importância para as empresas, visto que é através do financiamento que as empresas desenvolvem a sua atividade inovativa.

Tabela 27 – Escassez de fontes apropriadas de financiamento

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Importância alta	11	84,6	84,6	84,6
Importância média	1	7,7	7,7	92,3
Importância não considerada	1	7,7	7,7	100,0
Total	13	100,0	100,0	

A maior parte das empresas considera o elevado custo de inovação como sendo um fator prejudicialmente médio alto, correspondendo a 23,1% e 46,2% do total.

Tabela 28 – Elevados custos de Inovação

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Importância alta	6	46,2	46,2	46,2
Importância média	3	23,1	23,1	69,2
Importância baixa	3	23,1	23,1	92,3
Importância não considerada	1	7,7	7,7	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Na tabela 29 podemos verificar que 46,2% das empresas considera as escassas possibilidades de cooperação com empresas/ instituições como um prejuízo alto médio para a inovação, já 53,9% atribui-lhe uma importância baixa ou não considera este item importante para a atividade inovativa.

Tabela 29 – Escassas possibilidades de cooperação com empresas/ instituições

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Importância alta	4	30,8	30,8	30,8
Importância média	2	15,4	15,4	46,2
Importância baixa	4	30,8	30,8	76,9
Importância não considerada	3	23,1	23,1	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Podemos concluir que na maioria das empresas as escassas possibilidades de cooperação com empresas/instituições não são um fator prejudicial à inovação.

As empresas inquiridas consideram que a falta de informação sobre tecnologia não é um fator prejudicial à atividade inovativa visto que o maior número de respostas foi de baixa importância ou não considerada.

Tabela 30 – Falta de informação sobre tecnologia

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Importância média	2	15,4	15,4	15,4
Importância baixa	3	23,1	23,1	38,5
Importância não considerada	8	61,5	61,5	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Na tabela 31 podemos verificar que a fraca resposta dos consumidores quanto a novos produtos para as empresas também não é um fator que impeça as empresas de inovar.

Tabela 31 – Fraca resposta dos consumidores quanto a novos produtos

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Importância alta	1	7,7	7,7	7,7
Importância média	1	7,7	7,7	15,4
Importância baixa	3	23,1	23,1	38,5
Importância não considerada	8	61,5	61,5	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Podemos concluir que as empresas no geral consideram como fatores maioritariamente prejudiciais às atividades inovativas o risco económico excessivo, a escassez de fontes apropriadas de financiamento e o elevado custo da inovação.

5.4.3 – Análise do Processo de Desenvolvimento Sustentável das Empresas

Do resultado da análise, relativamente à questão acerca da importância de considerar as preocupações ambientais/sociais na definição da estratégia/missão nas empresas inquiridas (tabela 32) observou-se que 53,8% das respostas vão no sentido de que as empresas consideram completamente importante a importância das preocupações ambientais /sociais na sua missão e 53% consideram muito importante.

Tabela 32 – Importância das preocupações ambientais/ sociais na estratégia/ missão

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Pouco	1	7,7	7,7	7,7
Indiferente	1	7,7	7,7	15,4
Muito	7	53,8	53,8	69,2
Completamente	4	30,8	30,8	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Conclui-se que a maior parte das empresas integra estas preocupações no desenvolvimento da sua estratégia/missão.

Relativamente à opinião que as empresas possuem em relação às políticas ambientais 53,8% das empresas consideram que são políticas que não têm impacto para a atividade, 30,8% consideram que é uma oportunidade de inovação e 15,4% consideram-nas críticas para o negócio.

Tabela 33 – As políticas ambientais na empresa são:

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Políticas sem impacto na actividade	7	53,8	53,8	53,8
Críticas para o negócio	2	15,4	15,4	69,2
Uma oportunidade de inovação	4	30,8	30,8	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Conclui-se através da tabela 33 que a maioria das empresas não considera as políticas ambientais no desenvolvimento da sua atividade, isto porque dizem cumprir todas as normas que lhes são impostas pela legislação que regulam o cumprimento das práticas ambientais nas empresas deste setor de atividade.

Para melhor se perceber quais os problemas ambientais que as empresas consideram mais importantes. Foi pedido aos inquiridos que numa listagem de 6 possibilidades de resposta escolhessem 4 e que as classificassem de 1 a 4 sendo o 1 mais preocupante e o 4 menos preocupante.

Como se pode verificar (tabela 34) a escassez de recursos naturais não é visto como sendo um problema ambiental para as empresas. Podemos explicar este resultado devido à localização

geográfica das mesmas onde existe em abundância água que é o recurso que este tipo de empresas mais necessita na sua atividade económica para a geração de energia elétrica e para a lavagem das lãs.

Tabela 34 – Escassez de recursos naturais

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Mais preocupante	1	7,7	20,0	20,0
Preocupante	1	7,7	20,0	40,0
Pouco preocupante	1	7,7	20,0	60,0
Menos preocupante	2	15,4	40,0	100,0
Total	5	38,5	100,0	
Missing System	8	61,5		
Total	13	100,0		

Já a congestão de tráfego é considerada por 30,8% das empresas como sendo um problema muito preocupante e para 15,4% menos preocupante.

Tabela 35 – Congestão de tráfego

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Mais preocupante	4	30,8	57,1	57,1
Pouco preocupante	1	7,7	14,3	71,4
Menos preocupante	2	15,4	28,6	100,0
Total	7	53,8	100,0	
Missing System	6	46,2		
Total	13	100,0		

Relativamente à utilização de produtos tóxicos/não recicláveis o maior número de respostas recaí em 23,1% na opção mais preocupante (ver tabela 36).

Embora muitas das empresas que responderam a esta questão tenham referido que a utilização de produtos tóxicos não se aplicava a esta atividade.

Tabela 36 – Utilização de produtos tóxicos/ não recicláveis

		Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Mais preocupante		3	23,1	50,0	50,0
Pouco preocupante		1	7,7	16,7	66,7
Menos preocupante		2	15,4	33,3	100,0
Total		6	46,2	100,0	
Missing	System	7	53,8		
Total		13	100,0		

Se verificarmos na tabela 37 o problema energético é um problema muito preocupante obtendo 84,6% de respostas. As empresas referem que os custos na aquisição de painéis solares e de outras fontes de energia são muito altos. Logo preferem pagar mais pela energia elétrica do que adquirir este tipo de bens.

Tabela 37 – Problemas energéticos

		Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Mais preocupante		11	84,6	84,6	84,6
Pouco preocupante		2	15,4	15,4	100,0
Total		13	100,0	100,0	

O fornecimento de água potável também não é considerado um problema ambiental visto que na área geográfica das empresas estudadas existe este recurso em abundância.

Tabela 38 – Falhas no fornecimento de água potável

		Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Mais preocupante		1	7,7	25,0	25,0
Pouco preocupante		2	15,4	50,0	75,0
Menos preocupante		1	7,7	25,0	100,0
Total		4	30,8	100,0	
Missing	System	9	69,2		
Total		13	100,0		

Relativamente aos efluentes a maior percentagem registada nesta possibilidade de resposta é de 30,8% em que as empresas referem ser pouco preocupante a questão dos afluentes. Devido ao facto de a lavagem das lãs ser feito com recurso a produtos biodegradáveis que não afetam o ambiente.

Tabela 39 – Efluentes

				Percentagem	Percentagem
		Frequência	Percentagem	Válida	Acumulada
	Mais preocupante	3	23,1	30,0	30,0
	Pouco preocupante	4	30,8	40,0	70,0
	Menos preocupante	3	23,1	30,0	100,0
	Total	10	76,9	100,0	
	Missing System	3	23,1		
Total		13	100,0		

Na tabela 40 podemos verificar que a poluição é considerada muito preocupante com 30,8% de respostas dadas pelos inquiridos.

Tabela 40 – Poluição

			Percentagem	Percentagem
			Válida	Acumulada
	Mais preocupante	4	30,8	44,4
	Preocupante	1	7,7	55,6
	Pouco preocupante	1	7,7	66,7
	Menos preocupante	3	23,1	100,0
	Total	9	69,2	100,0
Missing	System	4	30,8	
Total		13	100,0	

Podemos concluir da análise desta questão que as maiores preocupações das empresas inquiridas relativamente a problemas ambientais recaem sobre a congestão de tráfego, a utilização de produtos tóxicos/ não recicláveis, problemas energéticos e a poluição.

Foi colocada às empresas uma questão relacionada com os problemas sociais da atualidade. De uma listagem de várias possibilidades de resposta foi pedido que escolhessem apenas cinco, indicando a ordem de (1) mais preocupante e (4) a menos preocupante.

Nas tabelas que se seguem que vão ser analisadas individualmente e depois coletivamente podemos verificar quais as principais preocupações das empresas acerca desta matéria.

A grande maioria das empresas refere que a pobreza é um problema social muito preocupante obtendo 84,6% de respostas.

Tabela 41 – Pobreza

				Percentagem	Percentagem
		Frequência	Percentagem	Válida	Acumulada
	Mais preocupante	11	84,6	91,7	91,7
	Preocupante	1	7,7	8,3	100,0
	Total	12	92,3	100,0	
Missing	System	1	7,7		
Total		13	100,0		

O desemprego é também considerado um problema muito preocupante com 76,9% de respostas dadas. As empresas inquiridas salientam a importância na criação do emprego e nas ajudas por parte do estado para que se resolva esta questão, para as empresas inquiridas o desemprego é atualmente um flagelo da sociedade.

Tabela 42 – Desemprego

			Percentagem	Percentagem
	Frequência	Percentagem	Válida	Acumulada
Mais preocupante	10	76,9	76,9	76,9
Preocupante	2	15,4	15,4	92,3
Menos preocupante	1	7,7	7,7	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Quando se aborda a questão da violência 38,5% das respostas vai de encontro ao mais preocupante e 23,1% considera esta questão preocupante no conjunto a maior parte das empresas comunga da opinião que a violência é uma preocupação que tende a aumentar devido à atual conjuntura económica e ao flagelo do desemprego.

Tabela 43 – Violência

Problemas sociais da atualidade: violência

				Percentagem	Percentagem
		Frequência	Percentagem	Válida	Acumulada
	Mais preocupante	5	38,5	41,7	41,7
	Preocupante	3	23,1	25,0	66,7
	Pouco preocupante	2	15,4	16,7	83,3
	Despreocupante	2	15,4	16,7	100,0
	Total	12	92,3	100,0	
	Missing System	1	7,7		
Total		13	100,0		

A questão da falta de formação e habilitações académicas é referenciada por 46,2% dos inquiridos, referem que a formação é essencial para o desenvolvimento do país e que as habilitações académicas são uma mais valia para as empresas que possuem este tipo de pessoas nos seus quadros.

Tabela 44 – Falta de formação, habilitações académicas

		Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
	Preocupante	6	46,2	60,0	60,0
	Despreocupante	1	7,7	10,0	70,0
	Menos preocupante	3	23,1	30,0	100,0
	Total	10	76,9	100,0	
Missing	System	3	23,1		
	Total	13	100,0		

No global podemos concluir que para as empresas os principais problemas da sociedade são a pobreza, o desemprego, a violência e a falta de formação e habilitações académicas.

Relativamente à questão que foi colocada sobre quais as atividades ambientais que as empresas consideram mais importantes foi pedido às empresas que escolhessem cinco.

As empresas inquiridas são unânimes em afirmar que a redução do consumo de energia é uma das atividades ambientais mais importantes, referem que a sua redução implica a diminuição dos custos com a produção.

Tabela 45 – Redução do consumo de energia

		Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
	Sim	13	100,0	100,0	100,0

A redução da poluição é considerada por 69,2% dos inquiridos como sendo também um fator de extrema importância nas atividades ambientais.

Tabela 46 – Redução da poluição ambiental

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Não	4	30,8	30,8	30,8
Sim	9	69,2	69,2	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Embora o número de respostas das empresas seja de 61,5% relativamente à redução de poluição sonora, todos afirmaram a quando da entrevista que este tipo de problema não afeta as suas empresas pois a poluição sonora é regulamentada e fiscalizada frequentemente com controladores da qualidade.

Tabela 47 – Redução da poluição sonora

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Não	5	38,5	38,5	38,5
Sim	8	61,5	61,5	100,0
Total	13	100,0	100,0	

O aumento da reciclagem é considerado pelos inquiridos como sendo uma das atividades mais importantes da atividade ambiental, todas as empresas inquiridas dizem que na sua atividade os resíduos são todos reciclados mas apelam a outras empresas para que também efetuem o tratamento dos resíduos e os enviem para a reciclagem.

Tabela 48 – Aumento da Reciclagem

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Não	1	7,7	7,7	7,7
Sim	12	92,3	92,3	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Relativamente à redução/ tratamento de resíduos perigosos 38,5% dos inquiridos salienta a importância na redução e tratamento dos resíduos perigosos (tabela 49).

Tabela 49 – Redução/ tratamento de resíduos perigosos

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Não	8	61,5	61,5	61,5
Sim	5	38,5	38,5	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Para melhor se perceber o quanto era importante a reciclagem para as empresas inquiridas foi efetuado o cruzamento desta tabela e a imediatamente anterior onde se concluiu que 38,5% das empresas considera a redução de resíduos perigosos importante e que 92,3% consideram o aumento da reciclagem uma atividade ambiental muito importante.

Este aparente paradoxo poderá ser justificado pelo facto de que nestas empresas, não são utilizados resíduos tóxicos logo o grau de importância é reduzido quando mencionado.

Podemos concluir que desta pergunta a redução do consumo de energia, a redução da poluição ambiental, a redução da poluição sonora e a redução/ tratamento de resíduos tóxicos é considerada pelas empresas como sendo de maior importância para a atividade ambiental.

No inquérito apresentado às empresas foi colocada também uma questão de extrema importância que se refere às vantagens da implementação de políticas sustentáveis e foi solicitado aos inquiridos que de uma série de possibilidades referissem seis que considerassem ser as principais vantagens na implementação de políticas sustentáveis.

Nas tabelas em baixo podemos verificar onde recaíram as respostas.

A redução e controlo de custos são sem dúvida para todas as empresas uma das principais vantagens na implementação de políticas sustentáveis.

Tabela 50 – Redução/ controlo de custos

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Sim	13	100,0	100,0	100,0

Do resultado da análise da tabela 51 observou-se que 53,8% das empresas aceita como vantagem a redução dos resíduos e reutilização de recursos e que 46,2% não a considera. Este fato pode ser justificado pela pouca quantidade de resíduos que esta atividade comporta na

medida em que toda a matéria-prima é utilizada para o fabrico das peças, não provocando uma grande quantidade de resíduos, relativamente aos resíduos produzidos são novamente reutilizados.

Tabela 51 – Redução dos resíduos e reutilização dos recursos

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Não	6	46,2	46,2	46,2
Sim	7	53,8	53,8	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Na tabela 52 verifica-se que as preocupações com o futuro do planeta são também uma vantagem que as empresas consideram na medida em que se preservarem o planeta puderam tirar mais partido dele.

Tabela 52 – Futuro do Planeta

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Não	1	7,7	7,7	7,7
Sim	12	92,3	92,3	100,0
Total	13	100,0	100,0	

A satisfação de critérios de investimento e melhoria do acesso ao capital é aceite como uma vantagem na implementação de políticas sustentáveis por 53,8% das empresas e rejeitada por 46,2% das empresas (tabela 53).

Este facto pode ser justificado pela dimensão das empresas e pela dificuldade que algumas têm no acesso ao capital.

Tabela 53 – Satisfação de critérios de investimento e melhoria do acesso ao capital

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Não	6	46,2	46,2	46,2
Sim	7	53,8	53,8	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Os inquiridos relativamente à redução de indemnizações resultantes de incidentes dividiram opiniões 53,8% afirma que este fator não é uma vantagem na implementação de políticas sustentáveis e 46,2% consideram-na uma vantagem (tabela 54).

Tabela 54 – Redução de indemnizações resultantes de incidentes

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Não	7	53,8	53,8	53,8
Sim	6	46,2	46,2	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Esta aparente divisão de opiniões poderá ser justificada pelo facto de que, nestas empresas não existirem grandes riscos de incidentes resultantes da atividade os 46,2% que responderam afirmativamente denotam a importância na redução das indemnizações em caso de incidentes.

Resumindo as empresas consideram como vantagens na implementação de políticas sustentáveis a redução/controlo de custos, a redução dos resíduos e reutilização dos recursos, preocupações com o futuro do planeta, satisfação de critérios de investimentos e melhoria de acesso ao capital e redução de eventuais indemnizações resultantes de incidentes.

Nas empresas existem muitos obstáculos na implementação de políticas sustentáveis para se conhecer melhor quais são foi solicitado aos inquiridos que assinalassem quatro respostas que considerassem ser obstáculos.

A seguir será feita a análise das tabelas que nos darão a resposta a esta questão.

Os custos financeiros foram um obstáculo apontado por 92,3% dos inquiridos, este resultado reflete a atual conjuntura económica e a dificuldade existente no pagamento de juros muito alto aos bancos referentes a empréstimos concedidos (tabela 55).

Tabela 55 – Custos financeiros elevados

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Não	1	7,7	7,7	7,7
Sim	12	92,3	92,3	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Cerca de 84,6% das empresas referiu a complexidade do processo de desenvolvimento de políticas sustentáveis na implementação nas empresas. Referem que poderia ser mais flexível.

Tabela 56 – Complexidade

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Não	2	15,4	15,4	15,4
Sim	11	84,6	84,6	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Os hábitos implementados (resistência à mudança) dividiram as opiniões das empresas sendo que 53,8% empresas refere que é um obstáculo e 46,2% não a vêem como um obstáculo.

Tabela 57 – Hábitos implementados (resistência à mudança)

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Não	6	46,2	46,2	46,2
Sim	7	53,8	53,8	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Pode justificar-se esta divisão de opiniões com a facilidade com que as empresas têm ou não de motivar os seus colaboradores a terem hábitos e pensamentos de mudança.

Concluindo os principais obstáculos referenciados pelas empresas na implementação de políticas sustentáveis são os custos financeiros elevados, e a complexidade e os hábitos implementados (resistência à mudança).

A última questão do inquérito vai no sentido de se perceber quais são as opções de sustentabilidade que as empresas têm implementado.

Na tabela 58 podemos verificar que 84,6% das empresas apelam à igualdade e equidade do género.

Tabela 58 – Afirma a igualdade e equidade do gênero

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Não	2	15,4	15,4	15,4
Sim	11	84,6	84,6	100,0
Total	13	100,0	100,0	

A tabela 59 mostra-nos que 61,5% das empresas inquiridas promovem a formação ambiental dos recursos humanos através de ações de formação.

Tabela 59 – Promove a formação ambiental dos Recursos Humanos

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Não	5	38,5	38,5	38,5
Sim	8	61,5	61,5	100,0
Total	13	100,0	100,0	

As empresas assumem preocupações de resíduos e reutilização de recursos em 69,2% dos casos, já 30,8% não considera necessária essa preocupação. Este fato explica-se devido à reduzida utilização de matérias-primas que originam resíduos e as empresas que aqui demonstram preocupações na reutilização dos resíduos introduzem os resíduos novamente na produção.

Tabela 60 – Preocupação de resíduos e reutilização de recursos

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Não	4	30,8	30,8	30,8
Sim	9	69,2	69,2	100,0
Total	13	100,0	100,0	

As empresas demonstram publicamente o compromisso relativo à gestão ambiental numa percentagem de 69,2%.

Tabela 61 – Compromisso relativo à gestão ambiental

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Não	4	30,8	30,8	30,8
Sim	9	69,2	69,2	100,0
Total	13	100,0	100,0	

A melhoria contínua do desempenho ambiental é promovida pelas empresas numa percentagem de 84,6%.

Tabela 62 – Melhoria contínua do desempenho ambiental

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Não	2	15,4	15,4	15,4
Sim	11	84,6	84,6	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Relativamente ao desenvolvimento de produtos com preocupações ambientais 61,5% das empresas tem implementada esta preocupação.

Tabela 63 – Desenvolvimento de produtos com preocupações ambientais

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Não	5	38,5	38,5	38,5
Sim	8	61,5	61,5	100,0
Total	13	100,0	100,0	

4.5.4. Caracterização dos Inquiridos

Os inquiridos foram na sua grande maioria do sexo masculino com 61,5% de respondentes e 38,5% do sexo feminino.

Tabela 64 – Sexo

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Feminino	5	38,5	38,5	38,5
Masculino	8	61,5	61,5	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Na análise da tabela 65 pode-se verificar que 38,5% dos inquiridos tem entre 30 e 39 anos, 23,1% tem idades compreendidas entre os 40 e 49 anos de idade que 15,4% tem idade inferior a 30 anos e igual percentagem têm os respondente na faixa etária dos 50 aos 59 anos finalmente com 7,7% estão os inquiridos com mais de 59 anos.

Podemos concluir que grande parte dos inquiridos tem idades compreendidas entre os 30 e os 49 anos de idade.

Tabela 65 – Idade

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Menos de 30 anos	2	15,4	15,4	15,4
30 a 39 anos	5	38,5	38,5	53,8
40 a 49 anos	3	23,1	23,1	76,9
50 a 59 anos	2	15,4	15,4	92,3
Mais de 59 anos	1	7,7	7,7	100,0
Total	13	100,0	100,0	

A hierarquia que a maioria dos inquiridos ocupa na empresa é um cargo na direção da empresa como se pode verificar na tabela 66.

Tabela 66 – Lugar que ocupa na hierarquia da empresa

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Direção	11	84,6	84,6	84,6
Director departamento	1	7,7	7,7	92,3
Administrativo	1	7,7	7,7	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Relativamente ao nível académico 38,5% dos inquiridos possui uma licenciatura e os restantes inquiridos varia o grau de ensino desde o ensino básico até ao secundário.

Tabela 67 – Nível académico

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Ensino Básico	3	23,1	23,1	23,1
Ensino Preparatório	1	7,7	7,7	30,8
Ensino Secundário	4	30,8	30,8	61,5
Licenciatura	5	38,5	38,5	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Em relação à antiguidade na empresa 53,8% dos inquiridos está à mais de 10 anos na empresa, 30,8% está a menos de 5 anos e 15,4% estão na empresa à mais de 5 anos.

Tabela 68 – Antiguidade na Empresa

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Acumulada
Menos de 5 anos	4	30,8	30,8	30,8
5 a 9 anos	2	15,4	15,4	46,2
10 a 19 anos	7	53,8	53,8	100,0
Total	13	100,0	100,0	

5.5. Discussão dos resultados

Neste capítulo aferiu-se o modo como as empresas de malhas dos concelhos de Seia e Gouveia vêm a inovação e o desenvolvimento sustentável.

Analizou-se a forma como estas empresas encaram o novo desafio de serem inovadoras e sustentáveis comportando na sua gestão a responsabilidade social ambiental e económica.

De toda a análise efetuada resultaram algumas constatações importantes que podem ser utilizadas no futuro para uma investigação.

Constatou-se que são empresas de média dimensão, muitas delas familiares, e com uma gestão pouco flexível, o que não lhes condiciona a evolução e integração da inovação.

Outro fator importante a reter é que a inovação é encarada por algumas destas empresas como sendo um fator necessário importante para o seu desenvolvimento sustentável.

No entanto, e devido em muitos casos de falta de financiamento, e muitas vezes até por considerarem não existir uma necessidade real, não criam nem recorrem a centros de investigação e desenvolvimento que os possam ajudar na implementação de projetos e desta forma evoluir. Porém, se detetarem alguma necessidade concreta poderão mais facilmente recorrer a centros de I&D externos.

Verificou-se, ainda, que nenhuma das empresas nos últimos anos efetuou quaisquer inovações, nem adquiriu equipamentos e máquinas que tivessem impacto na sustentabilidade, mas é de salientar que todas referiram que existindo a necessidade terão presentes na aquisição, a preservação do meio ambiente, o que mostra que possuem uma consciência ambiental.

A razão apontadas por muitas das empresas para o facto de não terem inovado foram, sem grande margem para dúvidas, o risco económico que no contexto atual é excessivo, e como já foi mencionado anteriormente a escassez de fontes apropriadas de financiamento para além de que o processo inovativo comporta um elevado custo, isto leva a que estes fatores sejam prejudiciais à inovação.

Quanto ao processo de desenvolvimento sustentável grande parte das empresas, dizem, ter este tipo de preocupações no desenvolvimento da sua estratégia/missão. No entanto, grande parte delas consideram estas políticas sem impacto na atividade, logo verifica-se que existe aqui um claro paradoxo.

A explicação que foi apresentada para justificar este facto é que cumprem todas as normas impostas pela legislação que regulam este setor nesta matéria e como tal não têm necessidade de realizar qualquer outro investimento de melhoria de sustentabilidade. Mesmo tendo sido sugerido a possibilidade de criação de uma associação/corporativa, que os ajudasse a implementar e a conseguir os meios para a concretização do investimento necessário, observou-se que não há uma forte união entre as organizações, para puderem vingar no mercado.

As empresas ao não integrarem a preocupação de desenvolvimento sustentável estão a limitar a sua responsabilidade social ao cumprimento da legislação. Esta forma de implementação de RSE não é nunca suficiente para ser credível e transmitir confiança aos seus parceiros e colaboradores (Paiva e Proença, 2011).

Embora as empresas não implementem na totalidade o desenvolvimento sustentável identificam claramente os principais problemas ambientais que são na sua opinião a congestão de tráfego, a utilização de produtos tóxicos não recicláveis o problemas energéticos e a poluição, assim como também apontam as principais atividades ambientais como a redução da poluição sonora e ambiental e a redução dos consumos de energia.

Também é possível constatar que as empresas consideram como vantagens na implementação de políticas sustentáveis a redução e o controlo de custos, assim como a redução dos resíduos e reutilização dos recursos, a preocupações com o futuro do planeta, a satisfação de critérios de investimentos, a melhoria de acesso ao capital e a redução de eventuais indemnizações resultantes de incidentes.

Todas as empresas inquiridas dizem ter implementado na sua gestão a sustentabilidade mais precisamente afirmando a igualdade e equidade do género, a promoção da formação ambiental dos recursos humanos, dizem possuir preocupações de resíduos e reutilização de recursos, assumem compromissos relativo à gestão ambiental, promovem a melhoria contínua

do desempenho ambiental e tem em atenção o desenvolvimento de produtos com preocupações ambientais.

Concluindo, em função da informação recolhida, que por vezes é reveladora de alguma incongruência, e partindo da análise global das respostas dadas ao inquérito, podemos concluir que na maioria das empresas inquiridas a inovação e o desenvolvimento sustentável têm condições de virem a ser implementadas na sua totalidade. Isto porque todas as empresas possuem os elementos necessários que podem propiciar e incentivar uma gestão inovadora e sustentável, mesmo que algumas afirmem o contrário, revelam gerir a inovação e o desenvolvimento sustentável de forma impulsiva.

A tendência é para que as empresas os comecem a gerir de uma forma sistemática, dado que esta exige das empresas uma postura mais ativa e um empenho mais profundo.

Verificamos através do estudo que grande parte das empresas inquiridas se encontram num processo de inovação e desenvolvimento sustentável lento, que só é impulsionado em grande parte pela obrigatoriedade de cumprir as normas e regras estabelecidas pela legislação em matérias como a preservação do ambiente.

O apoio do governo a nível de políticas e incentivos financeiros a este tipo de empresas é fundamental pois só com capital e força de vontade de criar uma mudança de mentalidades e que se consegue alterar o modelo seguido até agora.

CAPÍTULO VI: CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclusões e Contributos

As considerações finais são apresentadas em conformidade com as constatações obtidas ao longo da investigação que vão ao encontro do problema que me propus abordar nesta dissertação de mestrado. Irei expor de seguida as conclusões que resultam quer da fundamentação teórica quer do estudo realizado através de questionários efetuados às empresas.

6.1 – Conclusões Finais

Ao longo desta investigação foi possível aprofundar conhecimentos teóricos sobre o tema da inovação e do desenvolvimento sustentável em contexto empresarial, assim como validar alguma desta informação num contexto prático junto das empresas que fazem parte do estudo.

Para que tal fosse possível, dividimos a investigação em duas partes distintas, a primeira é composta por uma fundamentação teórica que procurou recolher uma visão atualizada dos conceitos e técnicas relacionados com o tema em estudo e uma segunda parte, onde se apresentam os resultados da pesquisa efetuada junto de empresas da indústria de malhas dos concelhos de Seia e Gouveia, cujo principal objetivo foi compreender a forma como estas gerem a inovação e o desenvolvimento sustentável e assim analisar as práticas por estas adotadas.

Resultante da fundamentação teórica e baseando-nos na bibliografia consultada que permitiu a realização dos diferentes capítulos, é possível apresentar algumas das conclusões.

O conceito de Inovação e de desenvolvimento sustentável na vertente ambiental revelam ser extremamente importantes para as empresas. No entanto, verificou-se que estas ainda não as aplicam verdadeiramente nos seus processos de gestão.

Este paradoxo é em tudo semelhante ao que se encontra na bibliografia do comportamento de consumo verde (Paiva, 2004), em que os indivíduos afirmam que se preocupam com o ambiente, mas, no entanto, os seus comportamentos são contrários às suas preocupações.

Neste caso, parece que a justificação para este paradoxo não é tanto de desconhecimento das consequências ambientais dos consumos / comportamentos (Paiva, 2004), mas, como afirmaram os empresários inquiridos, da falta de necessidade que classificam como real e de falta de capital para o investimento.

Através da fundamentação teórica pode-se comprovar que se as empresas não se aplicarem a fundo do desenvolvimento de práticas inovadoras e sustentáveis na sua gestão dificilmente conseguirão sobreviver à concorrência feroz do mundo globalizado.

O processo de inovação e sustentabilidade tem que ser encarado pelas mesmas como sendo um requisito fundamental para o seu sucesso e não como uma moda passageira.

As empresas terão de sofrer uma mudança de atitude. Esta mudança permitirá perceber a inovação e a sustentabilidade como uma ferramenta estratégica, pois só desta forma será possível construir empresas com futuro através deste recurso estratégico que exige muito trabalho, dedicação e conhecimento. Só assim terão um papel ativo e de responsabilidade social empresarial.

A fundamentação teórica também permitiu constatar que as empresas só podem ganhar com a implementação de um sistema de gestão ambiental que lhes permite melhorar a sua posição em relação ao meio ambiente e isto só é possível através do estabelecimento de um compromisso, que as obriga a efetuarem mudanças na sua filosofia, com implicações diretas nos valores da empresa (Paiva, 2004).

Finalizando, e em função da informação recolhida, que por vezes é reveladora de alguma incongruência, e partindo da análise global das respostas dadas ao questionário, podemos concluir que as empresas inquiridas não inovam por se preocuparem com o seu desenvolvimento sustentável, mas sim por imposição da legislação ou por terem detetado uma necessidade concreta. É então, fundamental que as empresas tenham uma postura mais ativa e um empenho mais intenso na implementação do desenvolvimento sustentável.

6.2 – Principais Limitações da Investigação

Neste trabalho de investigação foram encontradas limitações ao nível do tamanho e da representatividade da amostra, com a existência de um número reduzido de empresas da indústria de malhas nos concelhos de Seia e Gouveia.

Por ser um estudo exploratório não foi possível chegar a um nível aceitável, de profundidade em nenhum dos aspetos estudados.

Contudo, o trabalho realizado permitiu, explorar um conjunto de questões, pertinentes ao estudo da inovação e do desenvolvimento sustentável em contexto empresarial, que tiveram o seu contributo para o entendimento da realidade das empresas da indústria de malhas dos concelhos de Seia e Gouveia.

Relativamente ao método de recolha de dados utilizado – o inquérito por questionário importa referir as limitações que lhe estão associadas e que, inevitavelmente, condicionaram, também, este trabalho.

6.3 – Sugestões para Futura Investigação

A natureza exploratória do estudo, bem como as suas limitações, deixam um amplo campo de trabalho em aberto, que poderá ser aproveitado para pesquisas futuras. A própria complexidade do fenómeno da inovação e do desenvolvimento sustentável faz com que se encontre sempre em constante mudança, o que propicia uma contínua investigação.

Numa futura investigação poderão ser analisados todos estes itens estudados e fazer um complemento mais aprofundado a este estudo, que mostre a evolução da implementação da inovação e do desenvolvimento sustentável nestas mesmas empresas e verificar no local se são ou não aplicadas e de que forma o desenvolvem.

Outra sugestão de futura investigação passa por alargar este estudo a empresas desta indústria no resto do país.

Referências Bibliográficas

Abernathy, W. & Clark, K. B. (1995) *Mapping the winds of creative destruction*. Research Policy, v. 14,. p.3-22.

Afuah, A. (1998) *Innovation management: strategies, implementation and profits*. Nova Iorque: Oxford University Press.

Alter, N. (2000) *L'innovation ordinaire*. Presses Universitaires de France, Paris.

Asher K., Costa D., Andrade J , Filho S., Figueroa E., (2002) *Inovação como requisito do Desenvolvimento Sustentável*, Edição Especial 30 Vol.8 No. 6, Non-Dez.

Assaf Neto, (2009) *Finanças corporativas e valor*. 4. ed. São Paulo: Atlas.

Banco Mundial, (2009) *Relatório Anual de 2009 do Banco Mundial Ano em perspectiva*, Washington.

Barañano, A. M. (2004) – *Métodos e Técnicas de Investigação em Gestão – Manual de apoio à realização de trabalhos de investigação*, Edições Sílabo, Lisboa, 1ª edição.

Barbetta, Pedro A. (2004) *Estatística para cursos de engenharia e informática*. São Paulo: Atlas.

Bartlett, AA. (1998) *Reflexões sobre Sustentabilidade, Crescimento Populacional e Meio Ambiente*, População e Meio Ambiente, vol.º 16. Janeiro.

Baylys, J., Smith S. (2005) *The Globalization of World Politics – An introduction to International Relations*. 3rd Ed. New York. Oxford University Press Inc.

Bcsd Portugal (2004) *Responsabilidade Social das Empresas, Newsletter Sustentabilidade*, 2.ª Edição: BCSD Portugal, Lisboa.

Biderman, R. Macedo, L. Monzoni, M. Mazon, R. (2007) *Guia de compras públicas sustentáveis – uso do poder de compra do governo para a promoção do desenvolvimento sustentável (tradução do “The Procura +”)*; Edição Biderman.

Biorumo, (2005) *Anuário da Sustentabilidade 2005: A Era da responsabilidade Social Empresarial*. Porto. 2005.

Caron, A. (2003) *Inovações tecnológicas nas pequenas e médias empresas*. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) Universidade Federal de Santa Catarina.

Chiavenato, I. (2009) *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*. 3ª Edição São Paulo Editora Saraiva.

Churchill, Jr, G. A. (1983) *Marketing research – Methodological Foundations*, 3º Ed, The Dryden Press.

Comeau, Y. (2004) *Les contributions des sociologies de l’innovation à l’étude du changement social. Innovations Sociales et Transformations des Conditions de Vie. Actes du Colloque – 16 Avril, Cahiers du CRISES, Collection Études Théoriques*.

Comissão Europeia (1995) *Livro Verde*, Dezembro.

Comissão Mundial Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, (1987) *Nosso Futuro Comum*, relatório Brundtland.

Comissão das Comunidades Europeias, (2001) *Livro Verde – Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas*, COM 366; Bruxelas.

Comissão das Comunidades Europeias, (2002) *Comunicação da Comissão Relativa à Responsabilidade Social das Empresas: um Contributo das Empresas para um desenvolvimento Sustentável*, COM 347. Bruxelas.

Comissão das Comunidades Europeias, (2004) *Comunicação da Comissão ao Conselho, ao Parlamento Europeu, Ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões: O*

sector dos têxteis e do vestuário após 2005 – Recomendações do Grupo de Alto Nível para os Têxteis e o Vestuário Bruxelas, COM 668 final Bruxelas.

Conselho da União Europeia, (2006) *Reapreciação da Estratégia UE para o desenvolvimento Sustentável – Nova Estratégia*, Bruxelas, 26 de Julho.

Declaração da Conferência das Nações Unidas Sobre o Meio Ambiente humano, (1972) *Declaração de Estocolmo sobre o Ambiente humano*, Estocolmo.

Declaração de Joanesburgo sobre Desenvolvimento Sustentável, (2002) Joanesburgo, Nações Unidas.

Dias, A. (2009) *O Relato da Sustentabilidade Empresarial: práticas em Portugal* Dissertação (Mestrado) Universidade Aberta, Lisboa.

Dosi, Giovanni; Teece, David; Winter, Sidney, (1992) *Towards a theory of corporate change: preliminary remarks*. In: *Dosi, G; Gionnetti, R; Toninelli, (Ed.). Technology enterprise in a historical perspective*. Oxford: Claredon Press Oxford.

Drucker, P. E. (1991) *The discipline of innovation*. Innovation. Cambridge, MA: Harvard Business School, v.42, p.75-87.

Drucker, Peter. F. (1986) *Inovação e Gestão: Uma nova concepção de estratégia de empresa*, Editorial Presença, Lisboa.

Drucker, Peter F. (2001) *Inovação e Espírito Empreendedor: Prática e Princípios*. Editorial Presença, Lisboa.

Ends, (2006) *Estratégia Nacional para o Desenvolvimento Sustentável (2005-2015)* PRESIDÊNCIA DO CONSELHO DE MINISTROS DEZEMBRO, Lisboa.

Fernandes, N. (2010) *A Responsabilidade Social das Empresas – A Dimensão Interna: uma ferramenta para a criação de valor*. Instituto Politécnico de Lisboa, Instituto Superior de contabilidade e Administração de Lisboa.

Fortin, M. (2009). Fundamentos e etapas do processo de investigação. Loures, Lusodidactica.

Fortin, M. F. (2006c). *O Processo de Investigação – Da concepção à Realidade*. Loures: Lusociências.

Freitas, H. et al, (2000) *O método de pesquisa Survey*, *Revista de Administração*, São Paulo, V.35, n.3, p.105-112, Julho/Setembro.

Gemi, (2004) *Clear Advantage: Building Shareholder Value, Environment: Value to the Investor* Washington.

Gonçalves, M. F. (1994) *A pequena empresa e a expansão industrial*. Lisboa: Associação Industrial Portuguesa.

Gouveia, J. B. (2005) *Inovar para crescer – um imperativo para as Empresas*, *Diário de Notícias – Suplemento 1000 maiores*.

Hall, J e Vredenburg, H. (2003) *The Challenges of innovating for sustainable development*. Mit Sloan Management Review. Fall, p.61-68.

Hill, M. M., & Hill, A. (2009). *Investigação por Questionário (2ª Edição ed.)*. Lisboa: Edições Sílabo.

Hutton, P. (1990) *Survey research for managers: How to use survey in management decision-making*, Basingstoke, Macmillan, 2 edition.

Ine, (2010) *Estatísticas de Produção industrial 2009* – Instituto Nacional de Estatística.

Ineti, (2000) *Guia Técnico do Sector Textil* – Instituto Nacional de Engenharia e Tecnologia Industrial, Lisboa.

Instituto de Gestão Financeira da Segurança Social, IP (GFSS), (2006) *Programa de Responsabilidade Social*.

Kinncar, Thomas C. e Taylor, James R. (1991) – “Marketing Research – an applied approach”. E.U.A.: McGraw-Hill International Editions, 4ª Edição.

- Kotler, P.** (2005) *Administração de marketing*. Lisboa: Prentice Hall, 2005.
- Lakatos, E.M. & Marconi** (2007), M.A. *Metodologia científica*, São Paulo, Editora Atlas.
- Litwin, M.S.** (1995) *How to measure survey reliability and validity*, Sage Publications, Inc, Survey Kit. 7.
- Marinho, Maerbal**, (2001) *Novas relações sistema produtivo/meio ambiente: do controle à prevenção da poluição*. Dissertação (Mestrado em Engenharia Ambiental Urbana) – Escola Politécnica, Universidade Federal de Bahia, Salvador.
- Maroco J. e Marques T. G.** (2006) *(Qual a Fiabilidade do Alfa de Cronbach? Questões antigas e soluções modernas?)* Instituto Superior de Psicologia Aplicada, Portugal.
- Melícias, V.** (2003) *Parecer de iniciativa sobre a Responsabilidade Social das Empresas*. Lisboa.
- Monteiro, M. A.** (2005) *A Responsabilidade Social das Empresas (RSE)*. *Cadernos do Mercado de Valores Mobiliários*, 21, Agosto, 65-70.
- Mota G. Dinis A.** (2005) *Responsabilidade Social das Empresas: novo Modelo de Gestão para o Desenvolvimento Sustentável* Faculdade de Ciência e Tecnologia – UFP, 2005.
- Mulder, K. Ferrer, D. Lent H Van**, (2011) *What is Sustainable Tecnology? Perceptions, Paradoxes And Possibilities*, editado por Greenleaf Publishing, RU.
- Natário M. COUTO J. SOUSA M.** (2010) *Grau de Inovação das Pequenas e Médias Empresas nas Regiões Periféricas da Guarda e Açores*. 16º Congresso da APDR Universidade da Madeira Funchal, Colégio dos Jesuítas, 8 a 10 de Julho 2010.
- Ocde/Eurostat**, (2005) *Oslo Manual: Guidelines for collecting and Interpreting Innovation Data*.
- Ottman, A. Jacquelyn**, (2011) *The New Rules of Green Marketing Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding*, J. Hotman Consulting, Inc.

Paiva, Teresa, Proença, Reinaldo (2011) – “Marketing Verde”. Editado por Atual, Portugal. ISBN: 978-989-694-011-9.

Paiva, Teresa (2004) – “O papel do Marketing Público no Comportamento do Consumidor “Verde””. In *Proceedings of III International Congress on Public and Nonprofit Marketing* edited by Departamento de Gestão da Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal.

Pardal, L. Correia, E. (1995) *Métodos e Técnicas de Investigação Social*, Areal Editores, Porto.

Pereira A. (2008) *SPSS Guia Prático de Utilização Análise de Dados Para Ciências Sociais e Psicologia*; Edições Sílabo, Lda., Lisboa.

Pinheiro C. Lange E. Gomes P. Costa T. (2010) *Inovação e desenvolvimento no Sector Têxtil e Vestuário*. I Edição Revista GeoPlanUM I, Guimarães, p.29-36.

Presidência do conselho de Ministros (2006) *Estratégia Nacional de desenvolvimento Sustentável (ENDS 2015)* Portugal Dezembro.

Pro Inno Europe, (2009) *European Innovation Scoreboard (EIS) 2009*, european commission, Enterprise and Industry.

Quandt, Carlos O. (2002) *Determinantes da capacidade de inovação em PME's*, Curitiba.

Quivy, R., & Campenhoudt, L. V. (2003). *Manual de Investigação em Ciências Sociais* (3ª ed.). Lisboa: Gradiva.

Quivy, R. e Campenhoudt, L. (2008). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa, Gradiva.

Reis, D. R. (2004) *Gestão da inovação tecnológica*. São Paulo: Manole.

Reis, E. (2009) *Estatística Descritiva*. Lisboa, Edições Silabo Lda

Sangreman C., Cunha N., Damásio B. (2010) *Manual Básico do Pasw*, Centro de Estudos sobre África e do Desenvolvimento, Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade Técnica de Lisboa.

Santos, M., Silva, J., Sampaio, J., Henriques, P. Eusébio. C. (2005) *Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Empresarial*. Oeiras. Celta Editora, Oeiras.

Sarkar, S. (2007) *Empreendedorismo e Inovação*, Lisboa, Escolar Editora.

Schommer, P. C. (2007) *Responsabilidade Sócio-ambiental*. (Desenvolvimento de Material didático ou institucional - Apostila para disciplina de MBA em Desenvolvimento Regional Sustentável - Ensino à distância).

Schommer, P. C. (2008) *Responsabilidade Sócio Ambiental*. (Desenvolvimento de material didático ou institucional – para a disciplina de MBA em Desenvolvimento Regional Sustentável - Ensino à distância).

Silva, Sampaio, Henriques, Eusébio, (2005) *Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Empresarial*, Oeiras.

Spanos, Y.E. Prastacos, G.P. (2004) *The effects of environment, structure, and dynamic capabilities on product innovation strategy*. International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management, v.4, n.6, p.620-638.

Teece, D. Pisano, G. SHUEN, A. (1997) *Dynamic capabilities and strategic management*. Strategy Management Journal, v.18, n.7, p.509-533, 1997.

Tidd, J. Bessant. J. (2003) *Managing Innovation. Integrating Technological, Market and Organizational Change*, Chichester, John Wiley.

Tidd, J. Bessant. J. Pavitt Keith, (2003) *Gestão da Inovação Integração das Mudanças Tecnológicas, de Mercado e Organizacionais*, Monitor – Projectos e Edição Lda. 1ª Edição Outubro.

Tushman, P. Anderson, (1986) *"Technological discontinuities and organizational environments"*, Administrative Science Quarterly, 31, 439-65.

Vasconcelos, E. (2011) *Análise da Indústria Têxtil e do Vestuário*.

Vicente, P. Reis, E., Ferrão, F. (2001) *Sondagens – A amostragem como factor decisivo de qualidade*, 2ª Edição Lisboa Edições Sílabas.

Wernerfelt, B. (1984) *A resource-based view of the firm*. Strategic Management Journal, v.5, p.171-180.

World Economic Forum Annual Meeting, (2008) *The Power of Collaborative Innovation*, Davos.

Webgrafia

Apsiot, (2004) Associação Portuguesa de Profissionais em Sociologia Industrial, das Organizações e do Trabalho, *Dimensão Social Interna e Externa*. Disponível em: www.apsiot.pt/ProjectoPoefds/BolsabpDSI.pdf Acedido em Dezembro 2010.

Atp, Associação Têxtil e Vestuário de Portugal “*Caracterização Sector*”, (2011) acedido em <http://www.atp.pt/gca/index.?id=18> – consultado a 19 de Maio.

Barboza, Zayra, (2011) A Inovação e Responsabilidade Social Empresarial; Consult S.A. página <http://consultsa.blogspot.com/p/inovacao-e-responsabilidade-social.html> acedida em Junho.

Bcsd Portugal, (2010) *Página electrónica do Conselho empresarial para o Desenvolvimento Sustentável* – Disponível em www.bcsdportugal.org/files/119.pdf; acedido em Novembro.

Cassiolo, J. E; Lastres, H. M. (2000) *Sistema de Inovação: Políticas e perspectivas. Parcerias Estratégicas*, n. 8 – Maio de 2000. Disponível em: http://www.cgee.org.br/arquivos/pe_08.pdf Acedido em: 16/06/2011.

Cenit Centro de inteligência têxtil (2009) – *Análise da indústria têxtil e vestuário no norte do país e Galiza: Consolidação da Complementaridade do “Cluster” Transfronteiriço na Euroregião*
http://www.euroclustex.eu/fotos/editor2/analise_da_industria_textil_e_vestuario_de_portugal_e_galiza.pdf Consultado a 20 de Maio de 2011.

Cidac; (2010) *Página electrónica da Organização Não-Governamental de Desenvolvimento* - <http://www.cidac.pt>; Novembro 2010.

Cimeira da Terra. In Infopédia [Em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2010. [Consult. 2010-11-22]. Disponível na www: <URL: [http://www.infopedia.pt/\\$cimeira-da-terra](http://www.infopedia.pt/$cimeira-da-terra)>.

Comissão das Comunidades Europeias Livro Verde (2001) – *Promover um Quadro Europeu para a Responsabilidade Social das Empresas*, COM 366. Bruxelas p.366, Disponível em <http://www.europa.eu> consultado em 12/12/2010.

Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável disponível em: www.ipardes.gov.br/biblioteca/docs/bol_24_6e.pdf consultado em 12/12/2010.

Ecosfera, Fracasso de Joanesburgo equivale à condenação de morte. Disponível em: <http://ecosfera.publico.pt/noticia1457.asp>. Acesso em: 20 out. 2011.

European Innovation Scoreboard, (2009)
http://europa.eu/legislation_summaries/energy/european_energy_policy/i23022_pt.htm
acedido em 18 Outubro 2010.

Ends Portal, Desenvolvimento Sustentável; Página electrónica da ENDS Desenvolvimento Sustentável;
http://desenvolvimentosustentavel.apambiente.pt/antecedentesENDS/Documents/6%20%20Perguntas%20Frequentes_27_Agosto_2008%E2%80%93932.doc, Novembro 2010.

Guerreiro, A. Kolanova, M. Lima, M. Pires, Nunes, C. (2008) – Globalização e Relações Laborais: Análise dos sectores Têxteis, Automóvel, Bancário, Telecomunicações e Hotelaria e Restauração, Numero de série 168, Comunicação no VI Congresso Português de Sociologia, Mundos Sociais: Saberes e Práticas, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, acedido em <http://www.aps.pt/vicongresso/pdfs/168.pdf> - consultado a 20 de Maio de 2011.

Guimarães, F. (2010) Responsabilidade Social Empresarial, Disponível em www.fernandaalves.com.br/site/wpcontent/plugins/.../download.php?id acedido em Dezembro 2010.

Instituto Ethos, Práticas Empresariais:
http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/6403/praticas_empresariais/praticas_empresariais.aspx
x acedido em Junho de 2011.

Instituto Ethos pagina:
http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o_que_e_rse/o_que_e_rse.aspx acedida em Junho de 2011.

Instituto Ethos, Empresas e Responsabilidade Social, *Ética e Qualidade nas Relações 2010*, Site: http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/responsabilidade/etica.asp consultado em 16/12/2010.

Kemp, R. Smith, K. Becher, G. (2000) *How to study the relationship between regulation and innovation? The impact of EU regulation on innovation of European industry. The European Commission JRC-IPTS and Enterprise DG.* EUR 19827 EN, May. Disponível em: <http://www.energyrisks.jrc.nl/archive/eur19827en.pdf> acessado em Novembro de 2010.

Mendes, M. C. C. *Desenvolvimento sustentável.* Disponível em: http://educar.sc.usp.br/biologia/textos/m_a_txt2.html. Acessado em: Dezembro 2010.

Michael Vance. <http://quotationsbook.com/quote/21081/> acessado em 20 Agosto 2010.

Pinto L. J. *Comunidade Lean Thinking - 2008* – V 13 Slides consultado em www.leanthinkingcommunity.org em Dezembro de 2010.

Poeta, M. (2001) *Da Produção à sobrevivência: A Importância da Estratégia na Criação de Valor Gestão e Desenvolvimento*, 10, 95-197 Consultado em: www4.crb.ucp.pt/Biblioteca/.../GD10/gestaodesenvolvimento10_59.pdf em Dezembro de 2010.

Publico Ecosfera; *Fracasso de Joanesburgo equivale à condenação de morte.* Disponível em: <http://ecosfera.publico.pt/>, notícia 1457 de 5 de Setembro de 2002 acessado em Novembro 2010.

Sequinel M. *Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável* disponível em: www.ipardes.gov.br/biblioteca/docs/bol_24_6e.pdf; Novembro 2010.

Santos P. *Criar Valor* (2007) consultado em <http://www.jornaldenegocios.pt/>; em Dezembro de 2010.

Silvana T. *As dimensões interna e externa da SER.* Disponível em: <http://www.artigos.etc.br/as-dimensoes-interna-e-externa-da-rse.html> Acessado em Dezembro 2010.

Staub, E. (2001) *Desafios estratégicos em ciência, tecnologia e inovação*. Instituto de Estudos Para o Desenvolvimento Industrial (IEDI). Brasília. Disponível em http://www.iedi.org.br/admin_ori/pdf/desafios.pdf Acedido em: 16/06/ 2011.

Teixeira L. (2003) *Um organismo vivo e dinâmico*. Acedido em 10 Agosto 2010 e disponível na Internet no seguinte endereço: <http://animal.inescn.pt/publico/bip/20/paginas/razao.html>

Trucker, Robert B. (2001) *Innovation: The new core competency*, Strategy & Estudo EDIT VALUE Empresa Júnior N°2, Spinoff Académico, Universidade do Minho, Braga; (43 pp.) acedido em <http://foreigners.textovirtual.com/edit-value/analise-da-industria-textil-do-vestuario.pdf> - consultado a 20 de Maio de 2011 Leadership 29.1, University Press.

ANEXO 1 – TABELAS DA ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DESENVOLVIDAS PELA UE COM OS 7 PRINCIPAIS DESAFIOS E RESPECTIVAS METAS A ATINGIR, OBJETIVOS OPERACIONAIS E AÇÕES.

Alterações Climáticas e Energia Limpa

Desafios Principais	Objetivos Gerais	Objetivos e metas a atingir	As ações a realizar deverão incluir
Alterações climáticas e energia limpa	Limitar as alterações climáticas, bem como os seus custos e efeitos negativos para a sociedade e o ambiente	<ul style="list-style-type: none"> ❖ A UE-15 e a maior parte dos Estados-Membros da UE-25 comprometeram-se, no âmbito do Protocolo de Quioto, a proceder a uma redução das emissões de gases com efeito de estufa durante o período de 2008-2012. O objetivo da UE-15 é reduzir as suas emissões em 8% em relação aos níveis existentes em 1990, com a pretensão de que a temperatura média global da superfície da terra não aumente mais do que 2°C comparativamente com os níveis anteriores à industrialização. ❖ A política energética deve ser coerente com os objetivos de segurança do abastecimento, competitividade e sustentabilidade ambiental, no espírito da política energética para a Europa lançada em março de 2006 pelo Conselho Europeu. A política energética é crucial para enfrentar o desafio das alterações climáticas. ❖ Os aspetos da adaptação às alterações climáticas e da atenuação dos seus efeitos deverão ser integrados em todas as políticas europeias pertinentes. ❖ Até 2010, 12% do consumo de energia, em média, e 21% do consumo de eletricidade, como meta comum mas diferenciada, deverão satisfazer-se através de fontes de energia renováveis, ponderando-se a possibilidade de aumentar a sua proporção para 15% até 2015. ❖ Até 2010, 5,75% dos combustíveis usados nos transportes deverão ser biocombustíveis, como meta indicativa (Diretiva 2003/30/CE), contemplando-se a hipótese de aumentar a sua proporção para 8% até 2015. ❖ Atingir uma poupança global de 9% do consumo final de energia ao longo de 9 anos até 2017, como indicado na diretiva relativa à eficiência na utilização final de energia e aos serviços energéticos. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Dando seguimento ao Plano de Ação de Montreal sobre o Clima, no âmbito da Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre as Alterações Climáticas, a UE deve preparar sem demora opções para um mecanismo a aplicar depois de 2012 que permita cumprir o objetivo dos 2°C, através de uma participação construtiva num amplo diálogo sobre as medidas de cooperação a longo prazo, e, ao mesmo tempo, através de um processo no contexto do Protocolo de Quioto, em consonância com o princípio de responsabilidades comuns, mas diferenciadas, e as respetivas capacidades. ❖ Sem prejuízo de novas abordagens de diferenciação entre as Partes num futuro quadro justo e flexível, a UE aguarda com expectativa a oportunidade de explorar com outras Partes possíveis estratégias para a concretização das necessárias reduções de emissões. A UE entende que, neste contexto, deverão ser estudadas vias de redução pelo grupo dos países desenvolvidos da ordem de 15-30% até 2020, relativamente ao nível de base previsto pelo Protocolo de Quioto, e mais além no espírito das conclusões do Conselho (Ambiente). No âmbito da segunda fase do Programa Europeu para as Alterações Climáticas, a Comissão e os Estados-Membros darão prioridade a novas ações destinadas a explorar de forma sistemática opções rentáveis de redução das emissões para os automóveis e a aviação. Neste contexto, a fixação e a armazenagem de carbono serão exploradas como alternativas para atenuar os seus efeitos. ❖ A Comissão completará uma revisão atempada do regime comunitário de comércio de licenças de emissão (EU ETS), proporcionando deste modo segurança a curto e médio prazo aos investidores, e ponderará o seu alargamento a outros gases com efeito de estufa, bem como a outros setores, especificamente o aeronáutico como previamente solicitado pelo Conselho. ❖ A Comissão e os Estados-Membros reforçarão a liderança da UE, através da adoção de um plano de ação ambicioso e realista para a eficiência energética, tendo em mente o potencial de poupança de energia da UE – de acordo com as estimativas da Comissão, 20% até 2020 – e tendo em conta as medidas já implementadas pelos Estados-Membros. ❖ A Comissão apresentará uma análise sobre a forma de atingir os objectivos actuais ❖ (para 2010) relativamente às fontes de energia renováveis e de continuar a promover, com uma boa relação custo-eficácia, as energias renováveis a longo prazo e, da mesma forma, incrementar a utilização de biocombustíveis no setor dos transportes, acompanhando esta medida de um diálogo construtivo com a indústria petrolífera e todas as partes interessadas, e da concessão do máximo apoio à investigação sobre a segunda geração de biocombustíveis e ao desenvolvimento destes últimos. O estabelecimento de novas metas justificar-se-á com base numa análise abrangente das potencialidades e da rentabilidade de novas medidas. Ao longo destes processos devem ser tidas em conta as características específicas dos Estados-Membros e a necessidade de flexibilidade no desenvolvimento das suas combinações energéticas bem como os problemas de ilhas ou regiões isoladas do mercado da energia da UE. ❖ A Comissão e os Estados-Membros promoverão a utilização da biomassa tendo em vista diversificar as fontes de abastecimento de combustível da UE, reduzir os gases com efeito de estufa e proporcionar novas oportunidades de rendimento e de emprego nas zonas rurais, levando por diante as propostas enunciadas no Plano de Ação Biomassa em cada um dos seus três setores energéticos: aquecimento e refrigeração, eletricidade e transporte. Este domínio deverá ser desenvolvido no âmbito de uma estratégia a longo prazo para a bio-energia que vá além de 2010. ❖ Os Estados-Membros devem aumentar substancialmente a eficiência das centrais elétricas, em especial fomentando em maior escala a utilização da produção combinada calor-eletricidade.

Fonte: Adaptado da reavaliação da Estratégia da EU para o Desenvolvimento Sustentável (2006)

Transportes Sustentáveis			
Desafios Principais	Objetivos Gerais	Objetivos e metas a atingir	As ações a realizar deverão incluir
Transportes sustentáveis	Assegurar que os nossos sistemas de transporte satisfaçam as necessidades socioeconómicas e ambientais da sociedade e, simultaneamente, minimizar as suas repercussões indesejáveis na economia, na sociedade e no ambiente	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Dissociar o crescimento económico da procura de transporte com o objetivo de reduzir os impactos ambientais. ❖ Alcançar níveis sustentáveis de consumo de energia no setor dos transportes e reduzir as emissões de gases com efeito de estufa dos transportes. ❖ Diminuir as emissões de poluentes dos transportes para níveis que minimizem os efeitos para a saúde humana e para o ambiente. ❖ Conseguir uma transferência equilibrada para modos de transporte ecológicos em direção a um sistema sustentável de mobilidade e de transportes. ❖ Reduzir a poluição sonora causada pelos transportes, tanto na fonte como através de medidas de atenuação do ruído, de modo a garantir que os níveis de exposição globais limitam as consequências para a saúde. ❖ Modernizar, até 2010, o enquadramento comunitário dos serviços de transporte público de passageiros, a fim de aumentar a sua eficiência e o seu desempenho. ❖ De acordo com a estratégia comunitária relativa às emissões de CO₂ dos veículos comerciais ligeiros, assegurar que os veículos novos reduzam, em média, as suas emissões de CO₂ para 140g/km até 2008/09 e para 120g/km até 2012. ❖ Reduzir para metade, até 2010, o número de vítimas mortais nas estradas, comparativamente com o nível registado em 2000. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ A UE e os Estados-Membros adotarão medidas destinadas a melhorar o desempenho económico e ambiental de todos os modos de transporte e, se adequado, medidas para efetuar a substituição do transporte rodoviário pelo transporte ferroviário, marítimo e pelos transportes públicos de passageiros, as quais incluam menor intensidade de transporte, através da reengenharia do processo de produção e logística, bem assim da mudança de comportamentos, a par de uma melhor ligação entre os vários modos de transporte. ❖ A UE e os Estados-Membros devem melhorar a eficiência energética no setor dos transportes, utilizando instrumentos rentáveis. ❖ A UE e os Estados-Membros devem focalizar-se em alternativas possíveis ao transporte rodoviário de mercadorias e de passageiros, nomeadamente através do desenvolvimento das redes transeuropeias e das ligações intermodais para o transporte de mercadorias, <i>inter alia</i> mediante a implementação das medidas previstas no programa de ação da Comissão para o transporte por vias navegáveis interiores "NAIADES" e no programa "Marco Polo II". ❖ A Comissão continuará a analisar o recurso à tarifação das infraestruturas para todos os modos de transporte, inspirando-se nas novas possibilidades proporcionadas pelas novas tecnologias em matéria de satélites, de informação e de comunicação. No âmbito da diretiva "Eurovinheta" a Comissão apresentará, até 2008, um modelo de avaliação dos custos externos que seja aceite por todos, transparente e compreensível, para todos os modos de transporte, que sirva de base para o cálculo futuro dos encargos com a infraestrutura. ❖ A Comissão e os Estados-Membros devem envidar esforços para se avançar no sentido de soluções globais eficazes destinadas a reduzir os impactos nocivos do tráfego marítimo e aéreo internacional. ❖ Aumentar a segurança rodoviária, melhorando as infraestruturas rodoviárias, tornando os veículos mais seguros, promovendo campanhas de sensibilização comuns a nível europeu destinadas a alterar o comportamento dos utentes da estrada, bem como estabelecendo a aplicação de medidas transfronteiriças, com o objetivo de reduzir para metade o número de vítimas mortais nas estradas e o número de feridos no tráfego rodoviário. ❖ Em consonância com a estratégia temática para o ambiente urbano, as autoridades locais devem desenvolver e implementar planos e sistemas de transportes urbanos que tenham em conta as orientações técnicas dadas pela Comissão em 2006 e que prevejam uma cooperação mais estreita entre as cidades e as regiões periféricas. ❖ A Comissão e os Estados-Membros desenvolverão uma estratégia da UE em matéria de combustíveis, coerente e a longo prazo.

Fonte: Adaptado da reavaliação da Estratégia da EU para o Desenvolvimento Sustentável (2006)

Consumo e Produção Sustentável

Desafios Principais	Objetivos Gerais	Objetivos e metas a atingir	As ações a realizar deverão incluir
Consumo e produção sustentáveis	Promover padrões de consumo e de produção sustentáveis	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Promover o consumo e a produção sustentáveis mantendo o desenvolvimento social e económico dentro da capacidade de carga dos ecossistemas e dissociando o crescimento económico da degradação ambiental. ❖ Melhorar o desempenho ambiental e social para os produtos e processos e incentivar a sua aceitação pelas empresas e pelos consumidores. ❖ Ter por objetivo alcançar, até 2010, um nível médio de contratos públicos ecológicos (CPE) na União Europeia igual ao atingido atualmente pelos Estados-Membros com melhor desempenho. ❖ A UE deveria tentar aumentar a sua quota-parte no mercado mundial das tecnologias ambientais e das inovações ecológicas. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ A Comissão e os Estados-Membros explorarão ações específicas que permitam alcançar padrões de produção e de consumo mais sustentáveis a nível global e da UE, nomeadamente através do Processo de Marraquexe e da Comissão para o Desenvolvimento Sustentável da ONU. Neste contexto, a Comissão proporá, até 2007, um plano de ação da UE em matéria de consumo e produção sustentáveis, que ajudará a identificar e a ultrapassar as barreiras que se colocam a este tipo de produção e consumo e a assegurar uma melhor coerência entre os vários domínios políticos afins, bem como sensibilizar os cidadãos e alterar hábitos de consumo não sustentáveis. ❖ A Comissão e os Estados-Membros devem encetar um diálogo com as empresas e as partes interessadas pertinentes com o objetivo de estabelecer metas de desempenho ambiental e social para produtos e processos. ❖ A Comissão e os Estados-Membros desenvolverão um processo estruturado para partilharem as melhores práticas e os conhecimentos especializados no que respeita a contratos públicos ecológicos, tendo em conta o potencial para promover este tipo de contratos a nível local e regional. Até 2007, a Comissão facultará indicadores regulares de desempenho a nível da UE sobre os CPE, segundo uma metodologia de avaliação baseada em parâmetros acordados e objetivos, e estudará com os Estados-Membros a melhor forma de promover esses contratos em relação a outros grupos importantes de produtos. ❖ A Comissão e os Estados-Membros intensificarão esforços para promover e divulgar as eco-inovações e as tecnologias ambientais, <i>inter alia</i> através da aplicação eficaz do Plano de Ação sobre Tecnologias Ambientais por parte de todos os intervenientes envolvidos, com o intuito de criar novas oportunidades económicas e novos mercados. ❖ A Comissão proporá o alargamento do sistema de rotulagem do desempenho dos aparelhos elétricos e dos automóveis a outros grupos de produtos nocivos de um ponto de vista ambiental, incluindo os produtos com impactos ambientais muito elevados. ❖ Os Estados-Membros devem apoiar campanhas de informação a retalhistas e a outras organizações destinadas a promover produtos sustentáveis, designadamente produtos resultantes da agricultura e do comércio biológicos, bem como produtos ambientalmente sãos.

Fonte: Adaptado da Reavaliação da Estratégia da UE para o Desenvolvimento Sustentável (2006)

Conservação e Gestão dos Recursos Naturais

Desafios Principais	Objetivos Gerais	Objetivos e metas a atingir	As ações a realizar deverão incluir
Conservação e gestão dos recursos naturais	Melhorar a gestão e evitar a sobre-exploração dos recursos naturais, reconhecendo o valor dos serviços ligados aos ecossistemas	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Melhorar a eficiência dos recursos para reduzir o uso global dos recursos naturais não renováveis e os impactos ambientais relacionados com o uso de matérias primas, utilizando para tal recursos naturais renováveis numa proporção que não exceda a sua capacidade de regeneração. ❖ Obter e manter uma vantagem competitiva mediante a melhoria da eficácia dos recursos, nomeadamente através da promoção das inovações eco-eficientes. ❖ Melhorar a gestão e evitar a sobre-exploração dos recursos naturais renováveis, nomeadamente a pesca, a biodiversidade, a água, o ar, a terra e a atmosfera, recuperando os ecossistemas marinhos degradados até 2015, em conformidade com o Plano de Joanesburgo (2002), de modo a alcançar a captura máxima nas pescas até 2015. ❖ Sustentar o declínio da biodiversidade na UE e contribuir para uma redução considerável da taxa de perda de biodiversidade a nível mundial até 2010. ❖ Contribuir efetivamente para atingir os quatro objetivos globais das Nações Unidas sobre florestas até 2015. ❖ Evitar a geração de resíduos e reforçar o uso eficiente de recursos naturais mediante a aplicação do conceito de ciclo de vida e a promoção da reutilização e da reciclagem. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ No domínio da agricultura e das pescas, os Estados-Membros e a Comissão irão envidar novos esforços mediante os novos programas para o desenvolvimento rural, a Política Comum das Pescas reformada, os novos enquadramentos legislativos para a agricultura biológica e o bem-estar animal, e o plano de ação da biomassa. ❖ A Comissão e os Estados-Membros basear-se-ão na estratégia da UE sobre o uso sustentável dos recursos naturais, que deverá ser complementada por um certo número de objetivos e medidas a nível da UE. A Agência Europeia do Ambiente deverá dar apoio relativamente à medição da eficiência dos recursos. ❖ A Gestão Sustentável das Florestas será reforçada através da adoção de um Plano de ❖ Ação da UE para as Florestas em 2006 e do compromisso das Comunidades na ❖ Conferência Ministerial sobre a Proteção das Florestas na Europa, incluindo na implementação das respetivas resoluções. ❖ Os Estados-Membros deverão completar a rede Natura 2000, incluindo a designação das zonas marinhas. Deverá ser prestada uma atenção especial à necessidade de melhorar a implementação tanto da Natura 2000 como da protecção das espécies e às políticas de gestão. ❖ Os Estados-Membros deverão implementar a Estratégia da UE em matéria de ❖ Biodiversidade, tanto na sua dimensão comunitária como global (Convenção sobre a ❖ Diversidade Biológica) e, em colaboração com a Comissão, tomar medidas para identificar e executar ações prioritárias que permitam alcançar o objetivo de sustentar o declínio da biodiversidade até 2010 e mais além. ❖ A Comissão e os Estados-Membros deverão desenvolver trabalhos no sentido de melhorar a gestão integrada dos recursos hídricos e o meio marinho e de promover uma gestão integrada das zonas costeiras. ❖ Com base no Livro Verde da Comissão sobre política marítima, as políticas relacionadas com o mar e os oceanos serão desenvolvidas de forma mais sustentável e integrada a partir de 2008.

Fonte: Adaptado da Reavaliação da Estratégia da UE para o Desenvolvimento Sustentável (2006)

Saúde Pública			
Desafios Principais	Objetivos Gerais	Objetivos e metas a atingir	As ações a realizar deverão incluir
Saúde Pública	Promover a saúde pública em condições equitativas e melhorar a proteção relativamente às ameaças para a saúde	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Melhorar a proteção relativamente às ameaças para a saúde, mediante o desenvolvimento de uma capacidade de resposta coordenada a essas ameaças. ❖ Continuar a desenvolver a legislação em matéria de géneros alimentícios e alimentos para animais, incluindo a revisão da rotulagem dos alimentos. ❖ Continuar a promover normas exigentes em matéria de saúde e bem-estar dos animais, tanto a nível da UE como a nível internacional. ❖ Impedir o aumento das doenças relacionadas com o estilo de vida e crónicas, nomeadamente entre os grupos e áreas socio-economicamente desfavorecidos. ❖ Reduzir as desigualdades em termos de saúde tanto no interior dos Estados-Membros como entre eles, mediante a abordagem dos determinantes de saúde mais amplos, uma promoção adequada da saúde e estratégias de prevenção de doenças. As ações deverão ter em conta a cooperação internacional em instâncias como a OMS, o Conselho da Europa, a OCDE e a UNESCO. ❖ Assegurar que, até 2020, os produtos químicos, incluindo os pesticidas, são produzidos, manipulados e utilizados de uma forma que não suscite riscos significativos para a saúde humana e para o meio ambiente. Neste contexto, a rápida adoção do regulamento relativo ao registo, avaliação, autorização e restrição de substâncias químicas (REACH) será um marco cujo objetivo será substituir substâncias que suscitem uma grande preocupação por substâncias ou tecnologias alternativas adequadas. ❖ Melhorar a informação sobre a poluição ambiental e as suas repercussões negativas para a saúde. ❖ Melhorar a saúde mental e combater os riscos de suicídio. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ A Comissão, em colaboração com os Estados-Membros, o Centro Europeu de Prevenção e Controlo das Doenças (CEPCD) e a OMS continuará a desenvolver e a reforçar as capacidades, a nível da UE e dos Estados-Membros, para responder a ameaças sanitárias de uma forma coordenada, nomeadamente através do melhoramento dos planos de ação existentes relativos a ameaças sanitárias. ❖ A Comissão e os Estados-Membros promoverão um melhor nível de saúde e de prevenção de doenças mediante a abordagem dos determinantes de saúde em todas as políticas e atividades relevantes. Será dada uma particular atenção à preparação e implementação de estratégias e medidas que tenham por objetivo os determinantes de saúde relacionados com o estilo de vida, tais como as drogas, o uso do tabaco, o uso prejudicial de bebida, uma alimentação inadequada, a inatividade física e as doenças crónicas. ❖ As políticas sanitárias dos Estados-Membros deverão procurar criar e implementar estratégias que ajudem as mulheres e os homens a atingir e a manter estados emocionais positivos, aumentando assim o seu bem-estar, a sua perceção subjetiva da qualidade de vida e a sua saúde física e mental. ❖ A Comissão proporá novos melhoramentos da legislação em matéria de géneros alimentícios e alimentos para animais em conformidade com os artigos 14.º e 15.º do Regulamento (CE) n.º 178/2002 relativo à segurança dos géneros alimentícios e dos alimentos para animais. Existe uma especial necessidade de melhoramentos no funcionamento do sistema no que se refere à produção e à utilização de géneros alimentícios e de alimentos para animais geneticamente modificados, a fim de garantir aos Estados-Membros, às partes interessadas e ao público em geral que as decisões são baseadas na avaliação e na gestão de riscos, tendo igualmente em consideração os possíveis efeitos a longo prazo na vida e na saúde humana, na saúde e no bem-estar animal, no meio ambiente e nos interesses dos consumidores. ❖ A Comissão, em conjunto com os Estados-Membros, implementará uma estratégia da UE de luta contra o VIH/SIDA, no interior da UE e nos países vizinhos. Os Estados-Membros deverão intensificar esforços para implementar o Programa de Ação da EU existente para combater o VIH/SIDA, a tuberculose e a malária em países terceiros. Deverão ser estabelecidas ligações concretas com outras medidas comunitárias como a Estratégia para a África. ❖ A Comissão, em conjunto com os Estados-Membros, reforçará a informação relativa à poluição ambiental e suas repercussões negativas na saúde e coordenará a investigação sobre a correlação entre os poluentes ambientais, a exposição a estes agentes e a sua incidência na saúde, com vista a um melhor conhecimento dos fatores ambientais que provocam problemas de saúde e a determinar a melhor forma de os prevenir. ❖ A Comissão deverá propor uma estratégia destinada a melhorar a qualidade do ar em recintos fechados, que prestará especial atenção às emissões de compostos orgânicos voláteis (COV). ❖ Será dada uma especial atenção, por parte da Comissão e dos Estados-Membros, a grupos vulneráveis, nomeadamente as crianças, através do contributo da UE para o Plano de Ação para o Ambiente e a Saúde das Crianças na Europa (CEHAPE). ❖ Será prosseguida a implementação do Programa Pan-Europeu de Transporte, Saúde e Ambiente (PEP) pela Comissão e pelos Estados-Membros, nomeadamente através da integração dos aspetos ambientais e sanitários na tomada de decisões, no acompanhamento e na avaliação de impacto da política dos transportes.

Fonte: Adaptado da reavaliação da Estratégia da EU para o Desenvolvimento Sustentável (2006)

Inclusão Social, Demografia e Migração

Desafios Principais	Objetivos Gerais	Objetivos e metas a atingir	As ações a realizar deverão incluir
Inclusão social, demografia e migração	Criar uma sociedade socialmente inclusiva mediante a tomada em consideração da solidariedade intra e intergeracional e garantir e melhorar a qualidade de vida dos cidadãos como condição prévia para um bem-estar individual duradouro	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Prosseguir o objetivo da UE de tomar medidas que tenham um impacto decisivo na redução, até 2010, do número de pessoas em risco de pobreza e de exclusão social, concedendo especial atenção à necessidade de reduzir a pobreza infantil. ❖ Assegurar um elevado nível de coesão social e territorial, a nível da UE e nos Estados-Membros, assim como o respeito da diversidade cultural. ❖ Apoiar os esforços envidados pelos Estados-Membros no sentido de modernizar a proteção social, a fim de fazer face às alterações demográficas. ❖ Aumentar consideravelmente, até 2010, a participação no mercado de trabalho das mulheres e dos trabalhadores mais idosos, em função de objectivos fixados, bem como promover o emprego dos imigrantes. ❖ Prosseguir o desenvolvimento de uma política da UE em matéria de migração, juntamente com políticas destinadas a promover a integração dos imigrantes e respetivas famílias, tendo igualmente em conta a dimensão económica da migração. ❖ Reduzir os efeitos negativos da mundialização nos trabalhadores e nas suas famílias. ❖ Promover um maior emprego dos jovens. Intensificar os esforços no sentido de reduzir o abandono escolar para 10% e de assegurar que pelo menos 85% dos jovens com 22 anos tenham concluído o último ciclo do ensino secundário. Até ao final de 2007, a todos os jovens que saíam da escola e estejam desempregados deve ser oferecido um emprego, uma aprendizagem, formação complementar ou outra medida que favoreça a empregabilidade, no prazo de seis meses e, até 2010, no prazo máximo de quatro meses. ❖ Fomentar a participação no mercado de trabalho de pessoas com deficiência. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Com base nos novos objetivos e métodos de trabalho para a proteção e inclusão sociais subscritos pelo Conselho Europeu em março de 2006, os Estados-Membros e a Comissão prosseguirão a sua cooperação utilizando o método aberto de coordenação (MAC). Neste contexto, a UE e os Estados-Membros tomarão igualmente as medidas necessárias para reduzir rápida e significativamente a pobreza infantil e trabalharão no sentido de oferecer a todas as crianças oportunidades iguais, independentemente da sua origem social, sexo, ou deficiências. ❖ Com base na comunicação sobre "Serviços Sociais de Interesse Geral", a Comissão e os Estados-Membros prosseguirão os esforços no sentido de assegurar que os serviços sociais contribuem ativamente para a inclusão e coesão sociais e apoiam os objetivos do crescimento e do emprego. A Comissão e os Estados-Membros prosseguirão igualmente os trabalhos relativos a uma maior clarificação do impacto da legislação comunitária nos serviços sociais de interesse geral. ❖ Os Estados-Membros prosseguirão a implementação do Pacto Europeu para a Juventude. No diálogo estruturado com os jovens durante cada presidência, as organizações ativas no domínio da política europeia em matéria de juventude, designadamente, o Fórum Europeu da Juventude, serão convidadas a dar a sua contribuição relativamente a questões de desenvolvimento sustentável de interesse para os jovens, preparando estes diálogos entre os jovens e os Governos. ❖ Os Estados-Membros e a UE implementarão o Pacto Europeu para a Igualdade entre Homens e Mulheres acordado no Conselho Europeu em março de 2006. ❖ Tendo em conta o envelhecimento das populações em todos os países europeus, a sustentabilidade e a adequação das pensões continuarão a constituir uma questão importante nas próximas décadas. A UE continuará a apoiar os esforços dos Estados-Membros para modernizar os sistemas de proteção social e assegurar a respetiva sustentabilidade. Os Estados-Membros deverão reduzir a dívida pública a um ritmo satisfatório, aumentando as taxas de emprego e a produtividade, bem como reformar os cuidados de saúde e os sistemas de cuidados a longo prazo. ❖ Em 2006, a Comissão adotará uma Comunicação sobre o futuro demográfico da Europa, que analisará o modo como a UE poderá ajudar os Estados-Membros a responder aos desafios demográficos que enfrentam, designadamente promovendo estratégias com vista a que as pessoas envelheçam de boa saúde e permanecendo ativas, a reconciliação do trabalho e da vida familiar, melhores condições para as famílias, tendo igualmente em conta o contributo da imigração. ❖ Os Estados-Membros deverão analisar as possíveis implicações das mudanças demográficas na utilização dos solos e dos recursos e no consumo energético bem como na mobilidade, e tê-los em conta no planeamento e no investimento a todos os níveis. ❖ A UE e os Estados-Membros continuarão a desenvolver uma política da UE em matéria de migração, acompanhada de políticas para reforçar a integração dos migrantes e das suas famílias, designadamente através do plano de ação para a migração, incluindo os procedimentos de admissão. Irão intensificar a cooperação com países terceiros e trabalhar no sentido de obter respostas conjuntas para o controlo dos fluxos de migração. Em 2006, a Comissão apresentará uma comunicação sobre as futuras prioridades da luta contra a imigração ilegal.

Fonte: Adaptado da reavaliação da Estratégia da EU para o Desenvolvimento Sustentável (2006)

Pobreza Global e Desafios do Desenvolvimento Sustentável

Desafios Principais	Objetivos Gerais	Objetivos e metas a atingir	As ações a realizar deverão incluir
Pobreza global e desafios do desenvolvimento sustentável	Promover ativamente o desenvolvimento sustentável à escala mundial e assegurar que as políticas internas e externas da União Europeia estão de acordo com o desenvolvimento sustentável mundial e com os seus compromissos internacionais	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Fazer progressos significativos no sentido de cumprir os compromissos da EU relativamente aos objetivos e metas acordados internacionalmente, em especial os que estão contidos na Declaração do Milénio e os que decorrem da Cimeira Mundial sobre o Desenvolvimento Sustentável realizada em Joanesburgo em 2002 e dos processos com ela relacionados, tais como o Consenso de Monterrey sobre o Financiamento do Desenvolvimento, a Agenda do Desenvolvimento de Doha e a Declaração de Paris sobre a Harmonização da Ajuda. ❖ Contribuir para melhorar a governação ambiental à escala internacional (IEG), em especial no contexto do seguimento dos resultados da Cimeira Mundial de 2005, e reforçar os acordos multilaterais em matéria ambiental (MEA). ❖ Aumentar o volume da ajuda para 0,7% do Rendimento Nacional Bruto (RNB) até 2015, com uma meta intermédia de 0,56% em 2010. i) Os Estados-Membros que ainda não alcançaram um nível de 0,51% para o rácio PD/RNB comprometeram-se a alcançar, no âmbito dos respetivos processos orçamentais de atribuição de recursos, esse nível até 2010, enquanto que os que já se encontram acima desse nível se comprometeram a manter os seus esforços; ii) Os Estados-Membros que aderiram à UE após 2002 e que ainda não alcançaram um nível de 0,17% para o rácio APD/RNB irão procurar aumentar a sua APD a fim de alcançar esse nível até 2010, no âmbito dos respetivos processos orçamentais de atribuição de recursos, enquanto que os que já se encontram acima desse nível se comprometeram a manter os seus esforços; iii) Os Estados-Membros comprometeram-se a alcançar a meta de 0,7% para o rácio APD/RNB até 2015 enquanto que os que já alcançaram esse alvo se comprometeram a manter-se acima do mesmo; os Estados-Membros que aderiram à UE depois de 2002 procurarão aumentar, até 2015, o seu rácio APD/RNB para 0,33%. ❖ Promover o desenvolvimento sustentável no âmbito das negociações da OMC, de acordo com o Preâmbulo ao Acordo de Marraquexe que institui a Organização Mundial do Comércio, que define o desenvolvimento sustentável como um dos seus principais objetivos. ❖ Aumentar a eficácia, coerência e qualidade das políticas de ajuda da UE e dos Estados-Membros no período de 2005-2010. ❖ Incluir as preocupações em matéria de desenvolvimento sustentável em todas as políticas externas da UE, incluindo a Política Externa e de Segurança Comum, nomeadamente fazendo do desenvolvimento sustentável um objetivo da cooperação multilateral e bilateral para o desenvolvimento. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Implementação da iniciativa da UE "Água para a Vida", da iniciativa energética da EU para a erradicação da pobreza e o desenvolvimento sustentável, bem como da Coligação de Joanesburgo para as Energias Renováveis e da Abordagem Estratégica em matéria de Gestão Internacional de Substâncias Químicas (SAICM). ❖ Desenvolvimento de um enquadramento comum de programação da UE, utilizando mais ações conjuntas e cofinanciamento de projetos, e aumento da coerência entre o desenvolvimento e outras políticas. A qualidade e a eficácia da ajuda poderão ser melhoradas designadamente através de um efectivo apoio orçamental, da redução da dívida e da desvinculação da ajuda. ❖ Os Estados-Membros e a Comissão deverão implementar as estratégias da UE para a África, a América Latina e o Pacífico. ❖ A Comissão e os Estados-Membros aumentarão os esforços no sentido de fazer com que a mundialização contribua para o desenvolvimento sustentável, aumentando os esforços no sentido de que o comércio e o investimento internacionais sejam utilizados como ferramenta para alcançar um desenvolvimento sustentável global genuíno. Neste contexto, a UE deverá trabalhar em conjunto com os seus parceiros comerciais a fim de melhorar as normas ambientais e sociais e deverá explorar todas as potencialidades dos acordos de comércio e de cooperação a nível regional ou bilateral para este fim. ❖ Os investimentos através do Banco Europeu de Investimento e da Parceria UE-África para as infraestruturas deverão apoiar os objetivos de desenvolvimento sustentável. O Banco Europeu de Investimento deverá avaliar os seus empréstimos em função do contributo para alcançar os Objetivos de Desenvolvimento do Milénio e o desenvolvimento sustentável. ❖ Os Estados-Membros e a Comissão deverão cooperar no sentido de promover a posição da UE sobre a transformação do Programa Ambiental da ONU (UNEP) numa agência especializada da ONU ou da UNEO, baseada em Nairobi, com um mandato estável e reforçado, e com financiamento adequado e previsível.

Fonte: Adaptado da reavaliação da Estratégia da EU para o Desenvolvimento Sustentável (2006)

ANEXO 2 – QUESTIONÁRIO APRESENTADO ÀS EMPRESAS

QUESTIONÁRIO

O PROCESSO DE INOVAÇÃO E DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NAS EMPRESAS DOS CONSELHOS DE SEIA E GOUVEIA

- Este estudo insere-se no âmbito do Mestrado em Gestão, com especialização em Empreendedorismo e Inovação, do Instituto Politécnico da Guarda.
- O presente questionário destina-se a avaliar o Processo de Inovação e Desenvolvimento Sustentável nas Empresas nos conselhos de Seia e Gouveia.
- As questões são de uma forma geral fechadas/padronizadas onde basta colocar uma cruz ou um dígito no respectivo quadrado.
- Garante-se integral sigilo das informações recebidas. Estas terão um tratamento estatístico.

Apelamos à sua ajuda e paciência.

Obrigado pela sua colaboração

I. Identificação e Caracterização da Empresa

1. Nome da empresa: _____

2. Denominação Social da Empresa (facultativo) _____

3. Classificação da Actividade Económica (CAE): 14390

4. Ano de Constituição _____

5. Volume de Facturação (euros):

< 125000 125001 a 2500000 2500001 a 5000000 5000001 a 10000000 >
10000001

6. Capital Social (euros) _____

7. Número de Colaboradores da Empresa:

0 a 9 10 a 99 100 a 499 > 500

8. Importância dos Mercados com que Trabalha:

Regional _____ %

Nacional _____ %

Externo _____ %

II. Análise do Processo de Inovação da Empresa

1. Considera a Inovação tecnológica um processo importante para o desenvolvimento sustentável da sua empresa?

Sim ☐ Não ☐

2- Qual a importância da atividade em I&D realizada entre **2009** e **2010**?

☐ Alto ☐ Médio ☐ Baixo ☐ Não desenvolvido

3 A sua empresa possui alguma parceria ou contrata centros de ID externos de Investigação, Inovação e Desenvolvimento Sustentável.

Sim ☐ Não ☐

- 4 Entre 2009 e 2010 a empresa introduziu alguma inovação ambiental social ou tecnológica no seu processo de produção de (bens e ou serviços) que tenha tido um impacto leve na sustentabilidade?

Sim ☐ Não ☐

Se sim, que tipo de inovação foi introduzida?

- 5 A sua empresa ao adquirir equipamentos e máquinas tem em atenção a preservação do meio ambiente?

Sim ☐ Não ☐

Se sim, na lista a seguir assinale as preocupações que levam em conta a quando da aquisição:

O consumo de electricidade		As operações precisas	
O manuseamento por parte dos operários		O aumento da Produção	
A rapidez na produção		A diminuição de operários	

6. No período entre 2009 e 2010, a empresa encontrou dificuldades ou obstáculos que podem ter tornado mais lenta a implementação de determinados projetos ou que os tenha inviabilizado?

Sim ☐ Não ☐

Se não efectuou nenhuma inovação no ano de **2009** e **2010** qual das razões, listadas a seguir, justifica o fato da empresa não ter realizado nenhuma atividade inovativa

- ☐ Não necessitou, devido às inovações prévias
☐ Não necessitou, devido às condições de mercado
☐ Outros fatores impediram o desenvolvimento, implementação de inovação

- 7 Assinale a importância dos fatores que considera prejudiciais as atividades inovativas da empresa.

Factores	Importância			
	Alto	Médio	Baixo	Não
Riscos económicos excessivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de pessoal qualificado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dificuldade para se adequar a padrões, normas e regulamentações	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Escassez de fontes apropriadas de financiamento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de informação sobre mercados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Escassez de serviços técnicos externos adequados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Elevados custos da inovação	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Escassas possibilidades de cooperação com outras empresas/instituições	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de informação sobre tecnologia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fraca resposta dos consumidores quanto a novos produtos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rigidez organizacional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Centralização da atividade inovativa em outra empresa do grupo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

III. Análise do Processo de Desenvolvimento Sustentável da Empresa

1. Na sua empresa acha importante ter em consideração as preocupações ambientais/ sociais na definição da estratégia/ missão?

☐ Absolutamente nada ☐ Pouco ☐ Indiferente ☐ Muito ☐ Completamente

2. As políticas ambientais na sua empresa são... (Escolha apenas 1 resposta)

Um constrangimento

Políticas sem impacto na actividade

Criticas para o negócio

Uma oportunidade de inovação

Não sei/ Não quer responder

Outro (especifique): _____

3. Quais são os problemas ambientais mais preocupantes para a sua empresa (escolha 4 respostas – indique a ordem – de mais preocupante (1) a menos preocupante (4)?

Escassez de recursos naturais

Congestão de tráfego

Utilização de produtos tóxicos/ não recicláveis

Problemas energéticos

Falhas no fornecimento de água potável

Efluentes

Poluição

1	2	3	4

4. Para si quais são os principais PROBLEMAS SOCIAIS da actualidade (escolha 5 respostas - indique a ordem - de mais preocupante (1) a menos preocupante (5)?

Pobreza

Desemprego

Violência

Trabalho Infantil

1	2	3	4	5

Trabalho Forçado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de Saúde, Higiene e Segurança no Trabalho	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Discriminação	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Remuneração	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Excesso de horas de trabalho	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de Formação, Habilitações Académicas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Das ACTIVIDADES AMBIENTAIS mencionadas, quais são as actividades que considera mais importantes (escolha 5 actividades)?

Redução do consumo de energia	<input type="checkbox"/>
Redução da quantidade de matérias-primas utilizadas	<input type="checkbox"/>
Aumento de disponibilidade de recursos naturais convencionais	<input type="checkbox"/>
Aumento da disponibilidade de recursos alternativos	<input type="checkbox"/>
Redução da Poluição Ambiental	<input type="checkbox"/>
Redução da Poluição Sonora	<input type="checkbox"/>
Aumento da reciclagem	<input type="checkbox"/>
Redução/ Tratamento de resíduos perigosos	<input type="checkbox"/>
Outra (especifique): _____	<input type="checkbox"/>

6. Para si, quais são as principais VANTAGENS na implementação de Políticas Sustentáveis (escolha 6 respostas)?

Redução/ Controlo de Custos	<input type="checkbox"/>
Demonstração pública do compromisso relativo à gestão ambiental	<input type="checkbox"/>
Melhoria contínua do desempenho ambiental	<input type="checkbox"/>
Redução dos resíduos e reutilização dos recursos	<input type="checkbox"/>
Preocupação de resíduos e reutilização de recursos	<input type="checkbox"/>
Preocupação com o futuro do planeta	<input type="checkbox"/>
Satisfação de critérios de investimentos e melhoria de acesso ao capital	<input type="checkbox"/>
Manutenção de boas relações públicas com todas as partes interessadas	<input type="checkbox"/>
Redução de eventuais indemnizações resultantes de incidentes	<input type="checkbox"/>
Melhoria da imagem, notoriedade e aceitação no mercado real e potencial	<input type="checkbox"/>
Obtenção de seguros mais razoáveis	<input type="checkbox"/>
Desenvolvimento e partilha de soluções ambientais	<input type="checkbox"/>
Outro (especifique): _____	<input type="checkbox"/>

7. Para si, quais são os principais OBSTÁCULOS na implementação de Políticas Sustentáveis (escolha 4 respostas)?

Custos financeiros elevados	<input type="checkbox"/>
Falta de Recursos Humanos apropriados/ disponíveis	<input type="checkbox"/>
Falta de conhecimento/ informação disponível	<input type="checkbox"/>
Complexidade	<input type="checkbox"/>
Heterogeneidade entre as empresas do mesmo Grupo/ Cadeia Logística	<input type="checkbox"/>
Falta de apoio de Gestão de Topo	<input type="checkbox"/>

Alternativas de produtos/ processos sem qualidade

Hábitos implementados (resistência à mudança)

Outro (especifique):

8. Quais das seguintes opções de sustentabilidade a empresa tem implementado?

Apela à justiça ambiental e económica

Afirma a igualdade e equidade de género

Promove a formação ambiental dos Recursos Humanos

Assume preocupações de resíduos e reutilização e recursos

Demonstra publicamente o compromisso relativo à gestão ambiental

Promove a melhoria contínua do desempenho ambiental

Desenvolvimento de produtos com preocupações ambientais

Outro (especifique):

IV. Caracterização do Inquirido

1. Sexo F M

2. Idade

	- menos de 30 anos
	- de 30 a 39 anos
	- de 40 a 49 anos
	- de 50 a 59 anos
	- mais de 59 anos

3. Lugar que ocupa na hierarquia da Empresa:

Direcção
Director Departamento. Qual?
Administrativo

4. Nível académico:

Ensino Básico
Ensino Preparatório
Ensino Secundário
Licenciatura
Pós Graduação
Mestrado
Doutoramento

5. Antiguidade na Empresa:

	< de 5 anos
	5 a 9 anos
	10 a 19 anos
	20 a 29 anos
	Mais de 30anos

O questionário terminou.

Pela sua prestimosa colaboração o nosso reconhecimento e muito obrigado.

ANEXO 3 – INQUERITOS E QUESTIONÁRIOS UTILIZADOS NA REALIZAÇÃO DO QUESTIONÁRIO APLICADO ÀS EMPRESAS

QUESTIONÁRIO À COMUNIDADE

– AGENDA 21 LOCAL LOUSÃ –



QUESTIONÁRIO À COMUNIDADE

- Agenda 21 Local Lousã -

A **Agenda 21 Local da Lousã** corresponde a um processo participativo, dinâmico e multi-sectorial que pretende assegurar a responsabilização e mobilização de todos os cidadãos e entidades na gestão partilhada do desenvolvimento sustentável do concelho.

Por desenvolvimento sustentável entende-se «o desenvolvimento que satisfaz as necessidades actuais sem comprometer a capacidade das gerações futuras para satisfazerem as suas próprias necessidades.»¹. Alcançar o desenvolvimento sustentável significa alcançar o equilíbrio entre a preservação dos recursos naturais (sítio onde vivemos), o desenvolvimento económico (actividades que exercemos) e a qualidade de vida e justiça social (oportunidades para todos).

A participação de todos na identificação dos principais problemas e potencialidades é fundamental para definir o Plano de Acção da Agenda 21 Local da Lousã. Neste sentido solicita-se que responda às questões que se seguem.

Partilhe o compromisso de um futuro 21!

DADOS PESSOAIS (assinale com uma cruz a resposta mais adequada)

1. Nome (opcional) _____

2. Freguesia em que reside: _____

3. Sexo:

- a. Masculino ☐
- b. Feminino ☐

4. Idade:

- a. 0-14 anos ☐
- b. 15-24 anos ☐
- c. 25-64 anos ☐
- d. 65 ou mais ☐

5. Escolaridade:

- a. Não sabe ler nem escrever ☐
- b. Ensino Secundário (12ºano) ☐

¹ Relatório Brundtland, Comissão Mundial para o Meio Ambiente e Desenvolvimento, 1987

- c. 1º ciclo (4ª classe)
e. 2º ciclo (Ciclo preparatório)
g. 3º ciclo (9º ano)

- d. Bacharelato/Licenciatura
f. Pós-Graduação/Mestrado/Doutoramento
h. Outro Qual? _____

DIAGNÓSTICO AO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DO CONCELHO DA LOUSÃ

1. Do seu conhecimento do Município da Lousã indique três pontos fortes em matéria de desenvolvimento sustentável .

2. Do seu conhecimento do Município da Lousã indique três pontos fracos em matéria de desenvolvimento sustentável.

3. Identifique três ações a desenvolver no Município da Lousã em matéria de desenvolvimento sustentável.

4. Identifique três palavras-chave que na sua opinião melhor caracterizam/simbolizam o Município da Lousã.

1.	
2.	
3.	

INDICADORES DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (assinale com uma cruz a resposta mais adequada)

Como classifica a Câmara Municipal da Lousã em termos de sustentabilidade de acordo com a seguinte classificação: 1: Muito Mau; 2: Mau; 3: Razoável; 4: Bom; 5: Muito Bom. Apresente, se considerar necessárias ações de melhoria.

Nº	INDICADOR	1	2	3	4	5	Ação de Melhoria
1.	Incentiva a participação cívica/política						
2.	Apela à justiça social e económica						
3.	É permeável às mudanças						
4.	Afirma a igualdade e a equidade de género						
5.	Promove projectos vocacionados para a mudança de comportamentos, através da sensibilização e educação ambiental, dirigidos a diversos públicos-alvo						
6.	Promove a Formação ambiental dos Recursos Humanos						
7.	Assume preocupações com os resíduos e reutilização de recursos						
8.	Demonstra publicamente o compromisso relativo à gestão ambiental						
9.	Promove a melhoria contínua do desempenho ambiental						

Como classifica o seu local de residência no concelho da Lousã de acordo com a seguinte classificação: 1: Muito Mau; 2: Mau; 3: Razoável; 4: Bom; 5: Muito Bom. Apresente, se considerar necessário ações de melhoria.

Nº	INDICADOR	1	2	3	4	5	Ação de Melhoria
1.	Paisagem						
2.	Eficiência Energética						
3.	Limpeza urbana (caixotes do lixo, papelarias e vidros)						
4.	Qualidade de vida						
5.	Património						
6.	Criminalidade						
7.	Rede de serviços e equipamentos sociais						
8.	Apoio à 3ª Idade						
9.	Estrutura da Rede Viária e fragmentação do território						
10.	Transportes colectivos						
11.	Acessibilidades para pessoas com deficiências						
12.	Segurança						
13.	Auto-estima das comunidades						
14.	Desigualdade na distribuição de rendimentos						
15.	Projeção da imagem no exterior						
16.	Animação, eventos e festas						
17.	Produtos locais e gastronomia						
18.	Qualidade do ar						
19.	Infra-estruturas Básicas (saneamento, água)						

Quais as actividades económicas que considera prioritárias para o desenvolvimento do concelho? (indique por ordem decrescente de importância).

Nº	INDICADOR	Ordem de Importância
1.	Agricultura e Pecuária	
2.	Indústria extractiva	
3.	Comércio	
4.	Actividades Financeiras	
5.	Turismo	
6.	Construção	
7.	Transportes e Comunicações	
8.	Indústria Transformadora	
9.	Actividades imobiliárias e Serviços de Empresas	

Qual a importância que atribui às possíveis intervenções a realizar na sua Freguesia, Concelho de Lousã de acordo com a seguinte classificação: 1: Nada Importante; 2: Pouco Importante; 3: Razoável; 4: Importante; 5: Muito Importante. Apresente, se considerar necessário acções de melhoria.

Nº	INDICADOR	1	2	3	4	5	Ação de Melhoria
1.	Construção/melhoria de escolas						
2.	Construção/melhoria de lares e centros de dia						
3.	Construção/melhoria de centros de saúde						
4.	Construção/melhoria de habitação social						

Como avalia o seu comportamento em termos de contributos para o desenvolvimento sustentável de acordo com a seguinte classificação: 1: Muito Mau; 2: Mau; 3: Razoável; 4: Bom; 5: Muito Bom.

Nº	INDICADOR	1	2	3	4	5
1.	Participa com frequência nas actividades socioculturais do Município					
2.	Utiliza o seu direito de participação eleitoral					
3.	Lê revistas, jornais com frequência					
4.	A sua residência é energeticamente eficiente					
5.	Costuma comprar produtos de baixo consumo de energia					
6.	Prefere comprar "produtos ecológicos"					
7.	Consome muita água					
8.	Procura reduzir a produção de resíduos? (por exemplo: evita produtos com muita embalagem, reutiliza o papel, evita os sacos de plástico, etc.)					
9.	Costuma triar o lixo e colocá-lo no ecoponto para ser reciclado					
10.	Procura comprar alimentos produzidos localmente					
11.	Anda frequentemente a pé / bicicleta					
12.	Viaja muito de carro					
13.	Ace com responsabilidade no presente, sem negligenciar as necessidades das gerações futuras					
14.	Aceita a diferença					

MUITO OBRIGADO PELA SUA COLABORAÇÃO
NÃO DEIXE DE VISITAR E COLABORAR NA PÁGINA WEB www.cimpin.pt/agenda21

Os resultados deste inquérito são confidenciais e destinam-se à elaboração do Plano de Acção a realizar pela SPI, instrumento essencial para implementação da Agenda 21 Local.

INQUÉRITO COMUNITÁRIO À INOVAÇÃO CIS 2008

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA

Instrumento de notação do Sistema Estatístico Nacional (Lei nº 22/2008, de 13 de Maio), de resposta obrigatória, registado no Instituto Nacional de Estatística (INE) sob o nº 9907, válido até 31/12/2009.



GPEARI
Gabinete de Planeamento, Estratégia, Avaliação e Relações Internacionais
Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação Superior



O inquérito CIS constitui-se como o principal levantamento sobre Inovação nas empresas na Europa e realizam-se obrigatoriamente em todos os Estados Membros da UE, segundo as orientações metodológicas do EUROSTAT.

O CIS 2008 - Inquérito Comunitário à Inovação 2008 recolhe informação sobre inovação nas empresas para os anos 2006, 2007 e 2008.

Uma **Inovação** corresponde à introdução pela empresa de um produto, processo, método organizacional ou método de *marketing*, novo ou significativamente melhorado. Uma inovação não precisa de ser originalmente desenvolvida pela empresa, basta que se constitua como uma novidade para a mesma.

As empresas inquiridas fazem parte de uma amostra seleccionada de forma aleatória, onde cada empresa é representativa de empresas com a mesma actividade económica, classe de dimensão (número de empregados) e região.

Confidencialidade / Segredo Estatístico

Todos os dados pessoais recolhidos no âmbito do presente inquérito serão exclusivamente utilizados para fins estatísticos, garantindo-se que o seu tratamento será efectuado de acordo com o previsto no nº 2 do art. 9º da Lei da Protecção dos Dados Pessoais (Lei nº67/98, de 26 de Outubro), nomeadamente no que respeita ao anonimato dos mesmos.

Obrigatoriedade de Resposta

O CIS 2008 é um Instrumento de notação do Sistema Estatístico Nacional (Lei 22/2008 de 13 de Maio) de resposta obrigatória, registado no Instituto Nacional de Estatística (INE) sob o nº 9907, válido até 31/12/2009.

Aconselhamos uma leitura prévia de todo o questionário antes do seu preenchimento.

ATENÇÃO:

- ▶ RESPONDA A TODAS AS QUESTÕES! (EXCEPTO QUANDO EXISTAM INSTRUÇÕES EM CONTRÁRIO)
- ▶ CONTABILIZE O TEMPO QUE LEVA A RESPONDER AO QUESTIONÁRIO!

Pessoa responsável pela resposta:

(Recomenda-se a nomeação de alguém ligado à Gestão de Topo da empresa, ou que mantendo-se na sua esfera de actuação, possua autonomia e autoridade suficientes para interpor e recolher informação junto a vários sectores/áreas funcionais da empresa)

Nome: _____ Apelido: _____

Função na empresa: _____

Telemóvel: _____ Telefone (directo) _____

Fax: _____ E-mail: _____

Em caso de dúvida utilize os contactos indicados no ofício de lançamento do questionário ou os contactos disponíveis no site do GPEARI-MCTES (www.gpeari.mctes.pt).

A. Apresentação da empresa

1. Informação geral da empresa

Nome da Empresa: _____

Número de Identificação de Pessoa Colectiva (NIPC):

Actividade principal CAE: Descrição da CAE: _____
(Decreto -Lei n.º 381/2007 - Rev. 3)

Morada: _____

Código Postal: -

Designação Postal: _____ Município: _____

Telemóvel: _____ Telefone: _____ Fax: _____

Website www: _____ E-mail: _____

1.1 A empresa faz parte de um grupo de empresas? Sim ☐ Não ☐

Grupo de empresas: conjunto de duas ou mais empresas reconhecidas legalmente, com um proprietário comum.

- Cada empresa do grupo pode servir diferentes mercados geográficos (como acontece com as subsidiárias a nível nacional ou regional), ou pode servir diferentes mercados de produtos.
- A sede social é parte integrante do grupo.

Se respondeu "Não", passe para a questão 1.2, caso contrário passe para a questão 1.1.1

1.1.1 Indique o nome do grupo: _____

1.1.2 A empresa é a Sede Social do Grupo?

Sim ☐ → Se Sim, indique em que país(es) se localiza(m) as outras empresas do grupo:
(escolha todos os que se aplicam)

- Portugal ☐
- Outros Países da União Europeia (UE), países da EFTA ou países candidatos à UE¹ ☐
- Outros países da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP)² ☐
- Outros países. ☐

Não ☐ → Se Não, indique em que país se localiza a sede social do grupo:
(escolha o que se aplica)

- Portugal ☐
- Outro país. ☐
- Qual? _____

RESPONDA ÀS PERGUNTAS SEGUINTE APENAS PARA A EMPRESA QUE REPRESENTA EM PORTUGAL

¹ Inclui os seguintes países: Alemanha, Áustria, Bélgica, Bulgária, Chipre, Croácia, Dinamarca, Eslováquia, Eslovénia, Espanha, Estónia, Finlândia, França, Grécia, Hungria, Islândia, Itália, Irlanda, Letónia, Liechtenstein, Lituânia, Luxemburgo, Macedónia, Malta, Noruega, Países Baixos, Polónia, Reino Unido, República Checa, Roménia, Suécia, Suíça e Turquia

² Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) - Para além de Portugal, inclui os seguintes países: Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, São Tomé e Príncipe e Timor-Leste

1.2 Indique quais os mercados geográficos dos bens ou serviços vendidos pela empresa, durante o período de 2006 a 2008:

	Sim	Não
A. Mercado Local / regional, em Portugal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. Mercado Nacional (em Portugal, para além do local/regional)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. Outros Países da União Europeia (UE), países da EFTA ou países candidatos à UE ¹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. Outros países da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) ²	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E. Outros países	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1.2.1 De entre os mercados geográficos indicados, indique qual o que teve mais peso no volume de negócios da empresa durante o período de 2006 a 2008? (Escolha a letra correspondente) ☐

¹ Inclui os seguintes países: Alemanha, Áustria, Bélgica, Bulgária, Chipre, Croácia, Dinamarca, Eslováquia, Eslovénia, Espanha, Estónia, Finlândia, França, Grécia, Hungria, Islândia, Itália, Irlanda, Letónia, Liechtenstein, Lituânia, Luxemburgo, Macedónia, Malta, Noruega, Países Baixos, Polónia, Reino Unido, República Checa, Roménia, Suécia, Suíça e Turquia

² Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) - Para além de Portugal, inclui os seguintes países: Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, São Tomé e Príncipe e Timor-Leste

B. Inovação de Produto (bens e/ou serviços)

2. Inovação de produto (bens e/ou serviços)

Inovação de produto: corresponde à introdução no mercado de um bem ou serviço novo ou significativamente melhorado no que diz respeito às suas capacidades ou potencialidades iniciais, facilidade de utilização, componentes ou subsistemas.

- A introdução de um produto novo ou significativamente melhorado não necessita de ser novidade no sector de actividade ou no mercado, mas deverá ser novidade em relação aos bens e/ou serviços já comercializados pela empresa.
- Não é relevante se a inovação foi originalmente desenvolvida pela empresa, pode ter sido desenvolvida originalmente por terceiros.

2.1 Durante o período de 2006 a 2008, a empresa introduziu:

	Sim	Não
Bens novos ou significativamente melhorados?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>(Exclua a simples revenda de bens novos adquiridos a outras empresas e mudanças de natureza exclusivamente estética)</i>		
Serviços novos ou significativamente melhorados?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Se respondeu "Não" em ambas as questões, passe para a questão 3.1, caso contrário passe para a questão 2.2.

2.2 Quem desenvolveu essas inovações de produto (bens e/ou serviços)?

Selecione apenas a opção mais adequada

- Principalmente a empresa ou o grupo a que pertence. ☐
- A empresa em cooperação com outras empresas ou instituições. ☐
- Principalmente outras empresas ou instituições. ☐

2.3 Algum dos produtos (bens e/ou serviços) novos ou significativamente melhorados, introduzidos pela empresa durante o período de 2006 a 2008, foi:

	Sim	Não
Novo para o mercado da empresa?		
Se a empresa <u>introduziu</u> algum produto (bem e/ou serviço) novo ou significativamente melhorado no seu mercado <u>antes dos seus concorrentes directos</u> (<i>podendo o produto existir já noutros mercados</i>).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Novo apenas para a empresa?		
Se a empresa introduziu algum produto (bem e/ou serviço) novo ou significativamente melhorado apenas para a empresa, apesar de poder já existir no seu mercado, disponibilizado pelos seus concorrentes directos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.4 Tendo em conta as definições anteriores, estime a percentagem do volume de negócios do ano de 2008, resultante de:

- Introdução, entre 2006 e 2008 de produtos (bens e/ou serviços) novos ou significativamente melhorados

Novos para o mercado da empresa	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %
Novos apenas para a empresa	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %
- Produtos (bens e/ou serviços) não modificados ou só marginalmente modificados durante o período de 2006 a 2008 (*inclua a revenda de novos bens ou serviços adquiridos a outras empresas*)

	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %
--	---

Total do Volume de Negócios em 2008 100%

4



C. Inovação de processo

3. Inovação de processo

Inovação de processo: corresponde à implementação pela empresa de um processo de produção, de um método de distribuição ou de uma actividade de apoio aos seus bens ou serviços, novos ou significativamente melhorados.

- A implementação de um processo novo ou significativamente melhorado não necessita de ser novidade para o seu mercado, mas deverá tê-lo para a empresa.
- Não é relevante se a inovação foi originalmente desenvolvida pela empresa.

EXCLUA INOVAÇÕES DE ÍNDOLE PURAMENTE ORGANIZACIONAL QUE SERÃO TRATADAS NUM MÓDULO PRÓPRIO

3.1 Durante o período de 2006 a 2008, a empresa implementou:

	Sim	Não
Métodos de fabrico ou produção (de bens ou serviços) novos ou significativamente melhorados?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Métodos de logística, entrega ou distribuição dos factores produtivos (<i>inputs</i>) ou produtos finais (bens e/ou serviços) novos ou significativamente melhorados?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Actividades de apoio aos processos da empresa novas ou significativamente melhoradas (<i>por exemplo, novos sistemas de manutenção, de contabilidade ou informática</i>)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Se respondeu "Não" em todas as opções, passe para a questão 4.1, caso contrário passe para a questão 3.2

3.2 Quem desenvolveu essas inovações de processo?

Selecione apenas a opção mais adequada

- Principalmente a empresa ou o grupo a que pertence. ☐
- A empresa em cooperação com outras empresas ou instituições. ☐
- Principalmente outras empresas ou instituições. ☐

3.3 Algumas das inovações de processo implementadas entre 2006 e 2008 foram novas para o mercado da empresa?

- Sim ☐
- Não ☐
- Não sabe ☐

D. Actividades de Inovação

4. Actividades de Inovação (de produto e/ou processo) em curso ou abandonadas

As actividades de inovação incluem a aquisição de maquinaria, equipamento, *software* e licenças, trabalhos de engenharia e desenvolvimento, design industrial, formação, *marketing* e I&D (Investigação e Desenvolvimento), quando realizadas especificamente para desenvolver e/ou implementar uma inovação de produto e/ou de processo.

▪ Inclua sempre as actividades de I&D (ainda que não estejam directamente relacionadas com a introdução de uma inovação).

4.1 Durante o período de 2006 a 2008, a empresa desenvolveu actividades de inovação que não resultaram em introdução de inovações (de produto e /ou de processo):

	Sim	Não
Por terem sido abandonadas ou interrompidas antes da sua conclusão?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Por estarem ainda a decorrer (não concluídas até ao final de 2008)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Se a empresa não teve Inovação de Produto, não teve Inovação de Processo, nem teve Actividades de Inovação em curso ou abandonadas durante o período de 2006 a 2008 (respondeu "Não" a todas as opções das questões 2.1, 3.1 e 4.1), passe para a questão 8.1, caso contrário passe para a questão 5.1.

5. Actividades e despesa de inovação com inovação de produto e / ou processo

5.1 Durante o período de 2006 a 2008, a empresa desenvolveu alguma das seguintes actividades de inovação?

		Sim	Não
Actividades de I&D realizadas dentro da empresa (I&D intramuros)	Trabalho criativo realizado dentro da empresa com o objectivo de aumentar o conhecimento e as capacidades internas (<i>stock</i> de conhecimento) com vista ao desenvolvimento de produtos (bens/serviços) ou processos novos ou significativamente melhorados. <i>(Inclui o desenvolvimento de software dentro da empresa quando se enquadre neste âmbito)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>Se Sim, a empresa realizou actividades de I&D entre 2006 e 2008, de forma:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contínua <i>(se a empresa teve pessoal permanente em actividades de I&D dentro da empresa)</i> <input type="checkbox"/> • Ocasional <i>(se a empresa realizou actividades de I&D apenas quando necessário)</i> <input type="checkbox"/> 			
Aquisição externa de I&D (I&D Extramuros)	Aquisição de serviços de I&D, como definidos acima, mas executados no exterior por outras empresas (incluindo outras empresas do grupo) ou por instituições de I&D públicas ou privadas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aquisição de maquinaria, equipamento e software	Aquisição de maquinaria avançada, equipamento, <i>hardware</i> e <i>software</i> específico para produzir bens ou serviços ou implementar processos novos ou significativamente melhorados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aquisição de outros conhecimentos externos	Compra ou licenciamento dos direitos de patentes e/ou invenções não patenteadas, "know-how" e outras formas de conhecimento, a outras empresas ou instituições para desenvolver produtos e processos novos ou significativamente melhorados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formação para actividades de inovação	Formação interna ou externa do pessoal da empresa com vista ao desenvolvimento e/ou à introdução de produtos ou processos novos ou significativamente melhorados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Introdução das inovações no mercado	Actividades de lançamento no mercado de bens ou serviços novos ou significativamente melhorados, incluindo estudos de mercado e campanhas publicitárias de lançamento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outras	Outras acções / procedimentos implicados na introdução de produtos ou processos novos ou significativamente melhorados, tais como estudos de viabilidade, testes, desenvolvimento rotineiro de <i>software</i> , engenharia industrial, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5.2 Tendo em conta a resposta anterior, estime a despesa da empresa com as seguintes actividades de inovação, apenas para o ano 2008, (incluir custos com pessoal e relacionados):

Os arredondamentos devem ser feitos por excesso quando os centimos forem iguais ou superiores a 50 e por defeito quando forem inferiores

Euros

Actividades de I&D realizadas dentro da empresa (I&D intramuros)

€

--	--	--

--	--	--

--	--	--

 ,00

Aquisição externa de I&D (I&D Extramuros)

€ ,00

Aquisição de maquinaria, equipamento e *software*

Excluir despesas em equipamento específico para I&D.

€ ,00

Aquisição de outros conhecimentos externos

€ . [] [] [] . [] [] [] . [] [] [] ,00

Despesa total

Despesa total
(Somatório das quatro categorias da despesa)

€ [] [] [] [] [] .00

5.3 Durante o período de 2006 a 2008, a empresa recebeu algum apoio financeiro público (incluindo incentivos/benefícios fiscais, subsídios, empréstimos bonificados ou garantias bancárias) para actividades de inovação, provenientes da:

EXCLUIR I&D E OUTRAS ACTIVIDADES DE INOVAÇÃO EXECUTADAS POR CONTRATO EXCLUSIVAMENTE PARA O SECTOR PÚBLICO

Sim

Não

Administração Local ou Regional?



Administração Central?

(inclui Agências ou Ministérios, através dos programas do governo)

União Europeia (UE)?

Se sim, indique se a empresa participou no 6º ou 7º Programas Quadro da UE para I&D

—

100

5.3.1 Recebeu outro tipo de apoio financeiro público para a inovação?

Sim

Não

Indique as respectivas fontes (descreva):

E. Fontes, Cooperação e objectivos para a inovação

6. Fontes de informação e cooperação para as actividades de inovação

6.1 Qual a importância das seguintes fontes de informação para as actividades de inovação da empresa, durante o período de 2006 a 2008?
(Identifique as fontes de informação que estiveram na origem de novos projectos de inovação ou que contribuíram para a conclusão de projectos de inovação em curso)

MARQUE "NENHUMA" APENAS SE NÃO OBTIVE QUALQUER INFORMAÇÃO A PARTIR DA FONTE EM CAUSA!

Fontes de informação		Importância			
Fontes		Alta	Média	Baixa	Nenhuma
Fontes Internas	Dentro da própria empresa ou do grupo a que esta pertence	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Fornecedores de equipamento, materiais, componentes ou <i>Software</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fontes do mercado	Clientes ou consumidores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Concorrentes ou outras empresas do mesmo sector de actividade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Consultores, laboratórios ou instituições privadas de I&D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fontes institucionais	Universidades ou outras instituições do ensino superior	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Laboratórios do Estado ou outros organismos públicos com actividades de I&D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outras fontes	Conferências, feiras, exposições	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Revistas científicas e publicações técnicas / profissionais / comerciais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Associações profissionais ou empresariais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Se respondeu "Nenhuma" em todas as opções da questão 6.1, responda à questão seguinte, caso contrário passe para a questão 6.2.

	Importância		
	Alta	Média	Baixa
6.1.1 Indique uma fonte de informação que considere importante e classifique-a quanto à importância para as actividades de inovação da empresa:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6.2 Durante o período de 2006 a 2008, a empresa cooperou no âmbito das actividades de inovação com outras empresas ou instituições?

Sim ☐

Não ☐ ► [Passe para a questão 7.1](#)

Cooperação para a inovação: participação activa em conjunto com outras empresas ou instituições não comerciais em actividades de inovação.

- A cooperação não implica que todos os parceiros retirem benefícios comerciais.
- A simples contratação ao exterior, sem qualquer participação activa da empresa, não é considerada cooperação.

6.3 Indique qual o tipo de parceiro com quem a empresa cooperou e qual a sua localização (escolha todos os que se aplicam):

Tipo de parceiro de cooperação	Portugal	Outros países da Europa ¹	Estados Unidos da América	Outros países da CPLP ²	China / Índia	Outros países
A. Outras empresas do mesmo grupo (responder a esta alínea apenas se tiver respondido Sim à pergunta 1.1.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. Fornecedores de equipamento, materiais, componentes ou <i>Software</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. Clientes ou consumidores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. Concorrentes ou outras empresas do mesmo sector de actividade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E. Consultores, laboratórios ou instituições privadas de I&D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F. Universidades ou outras instituições do ensino superior	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G. Laboratórios do Estado ou outros organismos públicos com actividades de I&D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6.4 Qual o tipo de parceiro de cooperação mais importante para as actividades de inovação da empresa?
(Escolha a letra correspondente) ☐

¹ Inclui os seguintes países da UE, EFTA ou candidatos à UE: Alemanha, Áustria, Bélgica, Bulgária, Chipre, Croácia, Dinamarca, Eslováquia, Eslovénia, Espanha, Estónia, Finlândia, França, Grécia, Hungria, Islândia, Itália, Irlanda, Letónia, Liechtenstein, Lituânia, Luxemburgo, Macedónia, Malta, Noruega, Países Baixos, Polónia, Reino Unido, República Checa, Roménia, Suécia, Suíça e Turquia

² Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) - Para além de Portugal, inclui os seguintes países: Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, São Tomé e Príncipe e Timor-Leste

7. Objectivos da inovação

7.1 Qual a importância de cada um dos seguintes objectivos para as inovações de produto (bens e/ou serviços) ou de processo, introduzidas pela empresa durante o período de 2006 a 2008?

SE A EMPRESA INTRODUZIU MAIS QUE UMA INOVAÇÃO DE PRODUTO OU PROCESSO, FAÇA UMA AVALIAÇÃO GENÉRICA DOS OBJECTIVOS APRESENTADOS.

Objectivos	Importância			
	Alta	Média	Baixa	Irrelevante
Alargar a gama de produtos (bens e/ou serviços)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Substituir produtos ou processos desactualizados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entrar em novos mercados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aumentar a quota de mercado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Melhorar a qualidade dos produtos (bens e/ou serviços)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Melhorar a flexibilidade na produção (de bens e/ou serviços)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aumentar a capacidade de produção (de bens e/ou serviços)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Melhorar a saúde e a segurança	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reduzir os custos do trabalho por unidade produzida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reduzir o material usado por unidade produzida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reduzir a energia usada por unidade produzida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reduzir o impacto ambiental	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ir ao encontro das regulamentações ambientais, de saúde e de segurança	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Se respondeu "Irrelevante" em todas as opções da questão 7.1, responda à questão seguinte, caso contrário passe para a questão 8.1.

	Importância		
	Alta	Média	Baixa
7.1.1 Indique um objectivo que considere relevante e classifique -o quanto à importância para as inovações de produto e/ou processo na empresa:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

F. Inovação organizacional

8. Inovação organizacional

Inovação organizacional: corresponde à introdução de um novo método organizacional nas práticas de negócio (*incluindo gestão do conhecimento*), na organização do local de trabalho ou nas relações externas da empresa.

- Deverá ser um método organizacional nunca utilizado anteriormente na empresa.
- Deverá ser o resultado de decisões estratégicas da gestão da empresa.
- Exclui fusões ou aquisições, mesmo que tenham ocorrido pela primeira vez.

8.1 Durante o período de 2006 a 2008, a empresa introduziu:

	Sim	Não
Novas práticas de negócio na organização dos procedimentos (<i>por exemplo, na gestão da cadeia de fornecedores, na reengenharia de negócios, na gestão do conhecimento, "lean production", na gestão da qualidade, etc.</i>)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Novos métodos de organização das responsabilidades e da tomada de decisão (<i>por exemplo, primeira utilização de novos sistemas de responsabilização dos trabalhadores, de trabalho em equipa, descentralização, integração ou desintegração de serviços, sistemas de formação, etc.</i>)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Novos métodos de organização das relações externas com outras empresas ou instituições públicas (<i>por exemplo, primeira utilização de alianças, parcerias, "outsourcing" ou subcontratação, etc.</i>)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Se responde "NÃO" em todas as opções passe para a questão 9.1, caso contrário passe para a questão 8.2

8.2 Qual a importância de cada um dos seguintes **objectivos** para as inovações organizacionais introduzidas pela empresa durante o período de 2006 a 2008?

SE A EMPRESA INTRODUZIU MAIS QUE UMA INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL, FAÇA UMA AVALIAÇÃO GENÉRICA DOS OBJECTIVOS APRESENTADOS

	Importância			
	Alta	Média	Baixa	Irrelevante
Reduzir o tempo de resposta às necessidades dos clientes ou dos fornecedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Melhorar a capacidade de desenvolvimento de novos produtos ou processos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Melhorar a qualidade dos produtos (bens e/ou serviços)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reduzir custos por unidade produzida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Melhorar a comunicação ou a partilha de informação dentro da empresa ou com outras empresas / instituições	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Se respondeu "Irrelevante" em todas as opções da questão 8.2, responda à questão seguinte, caso contrário passe para a questão 9.1.

	Importância		
	Alta	Média	Baixa
8.2.1 Indique um objectivo que considere relevante e classifique-o quanto à importância para as inovações organizacionais na empresa:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

G. Inovação de *marketing*

9. Inovação de *marketing*

Inovação de *marketing*: corresponde à implementação de um novo conceito ou estratégia de *marketing* que difere significativamente dos existentes ou utilizados anteriormente pela empresa.

- Requer alterações significativas no aspecto / estética ou na embalagem, na colocação /distribuição, na promoção ou nas políticas de preço dos produtos.
- Exclui alterações sazonais, regulares ou outras alterações de rotina nos métodos de *marketing*.

9.1 Durante o período de 2006 a 2008, a empresa introduziu:

	Sim	Não
Mudanças significativas no aspecto / estética ou na embalagem dos produtos (bens e/ou serviços)? <i>Excluir as mudanças que alteram as características funcionais ou de utilização dos produtos - estas são inovações de produto.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Novas técnicas ou meios de comunicação (<i>Mídia</i>) para a promoção de bens ou serviços? <i>(por exemplo, utilização pela primeira vez de um suporte publicitário; nova imagem de marca; introdução de cartões de fidelização de clientes; etc.)?</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Novos métodos de distribuição /colocação de produtos (bens e/ou serviços) ou novos canais de venda? <i>(por exemplo, utilização pela primeira vez de "franchising" ou licenças de distribuição; vendas directas; novos conceitos para apresentação dos produtos, etc.)?</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Novas políticas de preço para os produtos? <i>(por exemplo, utilização pela primeira vez de sistemas de "pricing by demand"; de sistemas de descontos; etc.)?</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Se respondeu "NÃO" em todas as opções, passe para a questão 10.1, caso contrário passe para a questão 9.2.

9.2 Qual a importância de cada um dos seguintes **objectivos** para as inovações de *marketing* introduzidas pela empresa durante o período de 2006 a 2008?

SE A EMPRESA INTRODUZIU MAIS QUE UMA INOVAÇÃO DE *MARKETING*, FAÇA UMA AVALIAÇÃO GENÉRICA DOS OBJECTIVOS APRESENTADOS

	Importância			
	Alta	Média	Baixa	Irrelevante
Aumentar ou manter a quota de mercado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Introduzir produtos em novos grupos de clientes / consumidores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Introduzir produtos em novos mercados geográficos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Se respondeu "Irrelevante" em todas as opções da questão 9.2, responda à questão seguinte, caso contrário passe para a questão 10.1.

	Importância		
	Alta	Média	Baixa
9.2.1 Indique um objectivo que considere relevante e classifique-o quanto à importância para as inovações organizacionais na empresa:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

H. Inovação com benefícios ambientais

10. Inovação ecológica

Inovação ecológica: corresponde a um produto, processo, método, conceito ou política novo ou significativamente melhorado que gera benefícios ambientais, quando comparado com as alternativas disponíveis.

- Mudanças inovadoras que não impliquem directamente inovações de produto, processo, organizacional ou *marketing* podem também gerar inovação ecológica.
- Os benefícios ambientais podem ser o objectivo principal da inovação ou ser apenas o resultado de outros objectivos da inovação.
- Os benefícios ambientais de uma inovação podem ocorrer durante a produção de um bem / serviço, ou durante o momento da utilização pelo cliente, após a venda.

10.1 Durante o período de 2006 a 2008, a empresa introduziu algum produto, processo, método, conceito ou política novo ou significativamente melhorado com algum dos seguintes benefícios ambientais?

Benefícios ambientais na empresa	Sim	Não
Redução do material usado por unidade produzida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução da energia usada por unidade produzida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução do CO ₂ produzido pela empresa (<i>considerar produção total de CO₂ da empresa</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Substituição por materiais menos poluentes ou perigosos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução da poluição sonora, do ar, da água ou do solo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reciclagem de resíduos, água ou materiais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Benefícios ambientais resultantes da utilização de um produto ou serviço após a venda		
Redução do consumo de energia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução da poluição sonora, do ar, da água ou do solo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Melhoria da reciclagem do produto depois da sua utilização	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10.2 Durante o período de 2006 a 2008, a empresa introduziu uma inovação ecológica em resposta a:

	Sim	Não
Regulamentações ambientais existentes ou encargos fiscais (impostos / taxas) sobre a poluição	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Regulamentações ambientais ou impostos que espera que venham a ser introduzidas no futuro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Disponibilidade de apoios da Administração Central, subsídios ou outros incentivos financeiros para a inovação ecológica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Procura actual ou esperada de inovações ecológicas por parte dos clientes / mercado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adopção voluntária de códigos de conduta ou participação em acordos sectoriais para a implementação de boas práticas ambientais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10.3 A sua empresa tem procedimentos para identificar e reduzir regularmente os seus impactos ambientais? (por exemplo, preparação de auditorias ambientais, estabelecimento de objectivos para o desempenho ambiental, obtenção da certificação ISO 14001, etc.).

Sim, implementado antes de Janeiro de 2006	<input type="checkbox"/>
Sim, implementado ou significativamente melhorado depois de Janeiro de 2006	<input type="checkbox"/>
Não	<input type="checkbox"/>

Tempo despendido na realização do questionário

Estime quanto tempo demorou a completar este questionário.

(Deverá incluir o tempo despendido com a recolha de informação necessária para responder ao questionário)


Minutos

Observações

O Gabinete de Planeamento, Estratégia, Avaliação e Relações Internacionais do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (GPEARI-MCTES) agradece a colaboração.

**QUESTIONÁRIO DA PESQUISA DE INOVAÇÃO
TECNOLÓGICA 2005**

**– INQUÉRITO DO INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E
ESTATÍSTICA –**

 <p>IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística Diretoria de Pesquisas Coordenação de Indústria</p> <p>PESQUISA DE INOVAÇÃO TECNOLÓGICA 2005</p>	<p>PROPÓSITO DA PESQUISA - As informações fornecidas por sua empresa são essenciais para o conhecimento das atividades tecnológicas da indústria e dos serviços de telecomunicações, informática e pesquisa e desenvolvimento brasileiros. Os resultados agregados da pesquisa poderão ser usados pelas empresas para análise de mercado, pelas associações de classe para estudos sobre desempenho e outras características de seus setores, e pelo governo para desenvolver políticas nacionais e regionais.</p> <p>OBRIGATORIEDADE E SIGILO DAS INFORMAÇÕES - A legislação vigente mantém o caráter obrigatório e confidencial atribuído às informações coletadas pelo IBGE, as quais se destinam, exclusivamente, a fins estatísticos e não poderão ser objeto de certidão e nem terão eficácia jurídica como meio de prova.</p> <p>O TERMO PRODUTO, neste questionário, se utiliza para designar tanto bens como serviços.</p> <p>O IBGE AGRADECE A SUA COLABORAÇÃO</p>
<p align="center">Identificação do questionário</p>	
<p>01 - Código do entrevistador: <input type="text"/></p>	<p>02 - Data da coleta: <input type="text"/>/ <input type="text"/>/ <input type="text"/></p>
<p align="center">Identificação da empresa</p>	
<p>01 - CNPJ: <input type="text"/> / <input type="text"/> - <input type="text"/></p>	
<p>02 - RAZÃO SOCIAL: <input type="text"/></p>	
<p>03 - UNIDADE DA FEDERAÇÃO: <input type="text"/></p>	<p>04 - MUNICÍPIO: <input type="text"/></p>
<p align="center">Informações adicionais</p>	
<p>01 - Nome do entrevistado: <input type="text"/></p>	
<p>02 - Cargo do entrevistado: <input type="text"/></p>	
<p>03 - Telefone do entrevistado: <input type="text"/> / <input type="text"/></p>	<p>04 - E-mail do entrevistado: <input type="text"/></p>
<p>05 - Ano de início de operação: <input type="text"/></p>	
<p>Situação de coleta</p> <p><input type="checkbox"/> 01 - Em operação / em implantação</p> <p><input type="checkbox"/> 02 - Extinta / paralisada com informação</p> <p><input type="checkbox"/> 03 - Extinta / paralisada sem informação</p> <p><input type="checkbox"/> 04 - Extinta até dezembro de 2004, por fusão total, cisão total ou incorporação</p> <p><input type="checkbox"/> 05 - Não exerce atividade no âmbito da pesquisa</p> <p><input type="checkbox"/> 06 - Mudança para endereço ignorado ou endereço inexistente</p> <p><input type="checkbox"/> 07 - Impossibilidade de prestar informações</p> <p><input type="checkbox"/> 08 - Recusa total</p>	<p>Mudança estrutural</p> <p><input type="checkbox"/> 01 - Fusão ou cisão total</p> <p><input type="checkbox"/> 02 - Cisão parcial</p> <p><input type="checkbox"/> 03 - Incorporação de/por outra empresa</p> <p><input type="checkbox"/> 04 - Alteração de CNPJ por motivos distintos dos anteriores. Justificar no campo de Observações</p> <p><input type="checkbox"/> 05 - Não houve mudança</p>
<p>Caso tenha ocorrido mudança estrutural, informe os CNPJs das empresas envolvidas.</p> <p>CNPJ de ligação da empresa:</p> <p><input type="text"/> / <input type="text"/> - <input type="text"/></p> <p><input type="text"/> / <input type="text"/> - <input type="text"/></p> <p><input type="text"/> / <input type="text"/> - <input type="text"/></p>	

Características da empresa		
<p>A unidade de investigação da pesquisa é a empresa, definida como sendo a unidade jurídica caracterizada por uma firma ou razão social, que engloba o conjunto de atividades econômicas exercidas em uma ou mais unidades locais e que responde pelo capital investido nestas atividades.</p> <p>Capital controlador - é aquele que é titular de uma participação no capital social que lhe assegura a maioria dos votos e que, portanto, possui direitos permanentes de eleger os administradores e de preponderar nas deliberações sociais, ainda que não exerça este direito, ausentando-se das assembleias ou nelas se abstendo de votar.</p> <p>Origem do capital controlador - O capital controlador é nacional quando está sob titularidade direta ou indireta de pessoas físicas ou jurídicas residentes e domiciliadas no país. O capital controlador é estrangeiro quando está sob titularidade direta ou indireta de pessoas físicas ou jurídicas domiciliadas fora do país.</p>		
<p>1 - Origem do capital controlador da empresa:</p> <p>1 <input type="checkbox"/> Nacional 2 <input type="checkbox"/> Estrangeiro 3 <input type="checkbox"/> Nacional e Estrangeiro</p>		
<p>2 - No caso do capital controlador estrangeiro, qual a sua localização?</p> <p>1 <input type="checkbox"/> Mercosul 4 <input type="checkbox"/> Outros países da América 7 <input type="checkbox"/> Oceania ou África</p> <p>2 <input type="checkbox"/> Estados Unidos 5 <input type="checkbox"/> Ásia</p> <p>3 <input type="checkbox"/> Canadá e México 6 <input type="checkbox"/> Europa</p>		
<p>Empresa controladora - é aquela que exerce, direta ou indiretamente, o poder (exercido nas três últimas assembleias ordinárias) de eleger a maioria dos administradores e de preponderar nas deliberações sociais de outra (s) sociedade (s).</p> <p>Empresa controlada - é aquela na qual a controladora, possui, direta ou indiretamente (por meio de outra controlada), condição considerada permanente de eleger a maioria dos administradores e de preponderar nas deliberações sociais.</p> <p>Empresa coligada - é aquela na qual a investidora participa com pelo menos 10% do seu capital, sem controlá-la.</p>		
<p>3 - Sua empresa é:</p> <p>1 <input type="checkbox"/> Independente 2 <input type="checkbox"/> Parte de um grupo</p>		
<p>4 - Qual a sua relação com o grupo?</p> <p>1 <input type="checkbox"/> Controladora 2 <input type="checkbox"/> Controlada 3 <input type="checkbox"/> Coligada</p>		
<p>5 - Qual o principal mercado da empresa entre 2003 e 2005?</p> <p>1 <input type="checkbox"/> Estadual 4 <input type="checkbox"/> Mercosul 7 <input type="checkbox"/> Outros Países</p> <p>2 <input type="checkbox"/> Regional 5 <input type="checkbox"/> Estados Unidos</p> <p>3 <input type="checkbox"/> Nacional 6 <input type="checkbox"/> Europa</p>		
<p>6 - Breve descrição do produto (bem ou serviço) mais importante da sua empresa em termos de faturamento:</p> <p><input type="text"/></p> <p><input type="text"/></p> <p><input type="text"/></p>		
<p>7 - Assinale o tempo que o produto (bem ou serviço) mais importante da empresa permanece no mercado com as mesmas especificações, ou seja, até que o mesmo seja substituído ou substancialmente aperfeiçoado/ modificado.</p> <p>1 <input type="checkbox"/> Menos de 1 ano 3 <input type="checkbox"/> 4 a 6 anos 5 <input type="checkbox"/> Mais de 9 anos</p> <p>2 <input type="checkbox"/> 1 a 3 anos 4 <input type="checkbox"/> 7 a 9 anos 6 <input type="checkbox"/> Impossível responder</p>		
<p>8 - Qual era o número de pessoas ocupadas na sua empresa em 31/12/2005?</p> <p><input type="text"/></p>		
<p>9 - Qual a receita líquida de vendas (declarada no balanço da empresa ou no simples, se for o caso) da sua empresa no ano de 2005?</p> <p><input type="text"/></p>		

Produtos e processos tecnologicamente novos ou substancialmente aperfeiçoados																					
<p>Nesta pesquisa, uma Inovação Tecnológica é definida pela introdução no mercado de um produto (bem ou serviço) tecnologicamente novo ou substancialmente aprimorado ou pela introdução na empresa de um processo produtivo tecnologicamente novo ou substancialmente aprimorado.</p> <p>A inovação tecnológica se refere a produto e/ou processo novo (ou substancialmente aprimorado) para a empresa, não sendo, necessariamente, novo para o mercado/setor de atuação, podendo ter sido desenvolvida pela empresa ou por outra empresa/instituição.</p> <p>A inovação pode resultar de novos desenvolvimentos tecnológicos, de novas combinações de tecnologias existentes ou da utilização de outros conhecimentos adquiridos pela empresa.</p>																					
Inovação de produto																					
<p>Produto tecnologicamente novo (bem ou serviço) é um produto cujas características fundamentais (especificações técnicas, componentes e materiais, <i>software</i> incorporado, <i>user friendliness</i>, funções ou usos pretendidos) diferem significativamente de todos os produtos previamente produzidos pela empresa.</p> <p>Significativo aperfeiçoamento tecnológico de produto (bem ou serviço) refere-se a um produto previamente existente, cujo desempenho foi substancialmente aumentado ou aperfeiçoado. Um produto simples pode ser aperfeiçoado (no sentido de obter um melhor desempenho ou um menor custo) através da utilização de matérias-primas ou componentes de maior rendimento. Um produto complexo, com vários componentes ou subsistemas integrados, pode ser aperfeiçoado via mudanças parciais em um dos componentes ou subsistemas. Um serviço também pode ser substancialmente aperfeiçoado por meio da adição de nova função ou de mudanças nas características de como ele é oferecido, que resultem em maior eficiência, velocidade ou facilidade de uso do produto, por exemplo.</p> <p>Não são incluídas: as mudanças puramente estéticas ou de estilo e a comercialização de produtos novos integralmente desenvolvidos e produzidos por outra empresa.</p>																					
<p>10 - Entre 2003 e 2005, a empresa introduziu produto (bem ou serviço) tecnologicamente novo ou significativamente aperfeiçoado para a empresa, mas já existente no mercado nacional?</p> <p>1 <input type="checkbox"/> Sim 2 <input type="checkbox"/> Não</p>																					
<p>11 - Entre 2003 e 2005, a empresa introduziu produto (bem ou serviço) tecnologicamente novo ou significativamente aperfeiçoado para o mercado nacional?</p> <p>1 <input type="checkbox"/> Sim 2 <input type="checkbox"/> Não</p>																					
<p>12 - Descreva brevemente o principal produto (bem ou serviço) tecnologicamente novo ou substancialmente aperfeiçoado, lançado por sua empresa no mercado entre 2003 e 2005:</p> <div style="border: 1px solid black; height: 100px; width: 100%;"></div>																					
<p>13 - Este produto é:</p> <p>2 <input type="checkbox"/> Novo para a empresa, mas já existente no mercado nacional</p> <p>3 <input type="checkbox"/> Novo para o mercado nacional, mas já existente no mercado mundial</p> <p>4 <input type="checkbox"/> Novo para o mercado mundial</p>																					
<p>13.1 - Em termos técnicos este produto é:</p> <p>1 <input type="checkbox"/> Aprimoramento de um já existente</p> <p>2 <input type="checkbox"/> Completamente novo para a empresa</p>																					
<p>14 - Quem desenvolveu esta inovação e onde se localiza?</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th></th> <th></th> <th>Brasil (UF)</th> <th>Exterior</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 <input type="checkbox"/> Principalmente a empresa</td> <td></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>2 <input type="checkbox"/> Principalmente outra empresa do grupo</td> <td></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>3 <input type="checkbox"/> Principalmente a empresa em cooperação com outras empresas ou institutos</td> <td></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>4 <input type="checkbox"/> Principalmente outras empresas ou institutos</td> <td></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>				Brasil (UF)	Exterior	1 <input type="checkbox"/> Principalmente a empresa		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/> Principalmente outra empresa do grupo		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/> Principalmente a empresa em cooperação com outras empresas ou institutos		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/> Principalmente outras empresas ou institutos		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Brasil (UF)	Exterior																		
1 <input type="checkbox"/> Principalmente a empresa		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																		
2 <input type="checkbox"/> Principalmente outra empresa do grupo		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																		
3 <input type="checkbox"/> Principalmente a empresa em cooperação com outras empresas ou institutos		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																		
4 <input type="checkbox"/> Principalmente outras empresas ou institutos		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																		

Inovação de processo																
<p>Processo tecnologicamente novo ou substancialmente aprimorado envolve a introdução de tecnologia de produção nova ou significativamente aperfeiçoada, assim como de métodos novos ou substancialmente aprimorados de oferta de serviços ou para manuseio e entrega de produtos. O resultado da adoção de processo tecnologicamente novo ou substancialmente aprimorado deve ser significativo em termos: do nível de produto, qualidade do produto (bem/serviço) ou custos de produção e entrega. A introdução deste processo pode ter por objetivo a produção ou entrega de produtos tecnologicamente novos ou substancialmente aprimorados, que não possam utilizar os processos previamente existentes, ou simplesmente aumentar a eficiência da produção e da entrega de produtos já existentes.</p> <p>Não são incluídas: mudanças pequenas ou rotineiras nos processos produtivos existentes e mudanças puramente administrativas ou organizacionais.</p>																
<p>16 - Entre 2003 e 2005, a empresa introduziu processo tecnologicamente novo ou significativamente aperfeiçoado para a empresa, mas já existente no setor no Brasil?</p> <p>1 <input type="checkbox"/> Sim 2 <input type="checkbox"/> Não</p>																
<p>17 - Entre 2003 e 2005, a empresa introduziu processo tecnologicamente novo ou significativamente aperfeiçoado para o setor no Brasil?</p> <p>1 <input type="checkbox"/> Sim 2 <input type="checkbox"/> Não</p>																
<p>18 - Descreva brevemente o principal processo tecnologicamente novo ou substancialmente aperfeiçoado introduzido por sua empresa entre 2003 e 2005:</p> <div style="border: 1px solid black; height: 40px; width: 100%;"></div>																
<p>19 - Este processo é:</p> <p>2 <input type="checkbox"/> Novo para a empresa, mas já existente no setor no Brasil 4 <input type="checkbox"/> Novo para o setor em termos mundiais</p> <p>3 <input type="checkbox"/> Novo para o setor no Brasil, mas já existente em outro(s) país(es)</p>																
<p>19.1 - Em termos técnicos este processo é:</p> <p>1 <input type="checkbox"/> Aprimoramento de um já existente 2 <input type="checkbox"/> Completamente novo para a empresa</p>																
<p>20 - Quem desenvolveu esta inovação e onde se localiza?</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Brasil</th> <th>Exterior</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 <input type="checkbox"/> Principalmente a empresa</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>2 <input type="checkbox"/> Principalmente outra empresa do grupo</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>3 <input type="checkbox"/> Principalmente a empresa em cooperação com outras empresas ou institutos</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>4 <input type="checkbox"/> Principalmente outras empresas ou institutos</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>			Brasil	Exterior	1 <input type="checkbox"/> Principalmente a empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/> Principalmente outra empresa do grupo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/> Principalmente a empresa em cooperação com outras empresas ou institutos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/> Principalmente outras empresas ou institutos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Brasil	Exterior														
1 <input type="checkbox"/> Principalmente a empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>														
2 <input type="checkbox"/> Principalmente outra empresa do grupo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>														
3 <input type="checkbox"/> Principalmente a empresa em cooperação com outras empresas ou institutos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>														
4 <input type="checkbox"/> Principalmente outras empresas ou institutos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>														
Projetos incompletos ou abandonados																
<p>22 - No final de 2005, a empresa tinha algum projeto ainda incompleto para desenvolver ou introduzir produto ou processo tecnologicamente novo ou aprimorado?</p> <p>1 <input type="checkbox"/> Sim 2 <input type="checkbox"/> Não tinha</p>																
<p>23 - Durante o período entre 2003 e 2005, a empresa realizou algum projeto para desenvolver ou introduzir produto ou processo tecnologicamente novo ou aprimorado, mas que foi abandonado?</p> <p>1 <input type="checkbox"/> Sim 2 <input type="checkbox"/> Não realizou</p>																
<p align="center">ATENÇÃO!</p> <p>Caso a empresa não tenha introduzido alguma inovação de processo ou produto, não tenha algum projeto incompleto ou mesmo abandonado (respondeu NÃO nas questões 10, 11, 16, 17, 22 e 23) passe para a questão 175 "Problemas e Obstáculos à Inovação".</p> <p>Caso contrário, preencha as questões a seguir.</p>																
Atividades inovativas																
<p>Atividades inovativas - são atividades representativas dos esforços da empresa voltados para a melhoria do seu acervo tecnológico e, conseqüentemente, para o desenvolvimento e implementação de produtos (bens ou serviços) ou processos tecnologicamente novos ou significativamente aperfeiçoados.</p>																
<p>Assinale a importância das atividades desenvolvidas pela empresa, para a implementação de produtos e/ou processos novos ou significativamente aperfeiçoados, no período entre 2003 e 2005. Informe a seguir o valor dos dispêndios relacionados às atividades inovativas desenvolvidas em 2005.</p>																
<p>Pesquisa e Desenvolvimento (P&D)</p> <p>Compreende o trabalho criativo, empreendido de forma sistemática, com o objetivo de aumentar o acervo de conhecimentos e o uso destes conhecimentos para desenvolver novas aplicações, tais como produtos ou processos novos ou tecnologicamente aprimorados. O desenho, a construção e o teste de protótipos e de instalações piloto constituem muitas vezes a fase mais importante das atividades de P&D. Inclui também o desenvolvimento de software, desde que este envolva um avanço tecnológico ou científico.</p>																
<p>24 - Qual a importância da atividade de P&D realizada entre 2003 e 2005? 31 - Valor dos dispêndios em 2005 (R\$ 1 000)</p> <p>1 <input type="checkbox"/> Alta 2 <input type="checkbox"/> Média 3 <input type="checkbox"/> Baixa 4 <input type="checkbox"/> Não desenvolveu</p> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 20px; display: flex; align-items: center;"> <div style="flex: 1;"></div> <div style="flex: 1;"></div> <div style="flex: 1;"></div> <div style="flex: 1;"></div> <div style="flex: 1;"></div> <div style="flex: 1;"></div> <div style="flex: 1;"></div> <div style="flex: 1;"></div> <div style="flex: 1;"></div> <div style="flex: 1;"></div> </div> <p align="right">.000,00</p>																
<p>24.1 - Descreva brevemente a atividade INTERNA de P&D realizada entre 2003 e 2005:</p> <div style="border: 1px solid black; height: 40px; width: 100%;"></div>																

Fontes de financiamento das atividades inovativas				
<small>Distribua percentualmente o valor dos dispêndios de acordo com as fontes de financiamento utilizadas.</small>				
Fontes de financiamento	P&D <small>(inclusive aquisição)</small>	Outras atividades		
Próprias	38 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %	41 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %		
De terceiros				
Privado	39 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> % = <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> % + <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> % 39.1 Nacional 39.2 Estrangeiro	42 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> % = <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> % + <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> % 42.1 Nacional 42.2 Estrangeiro		
Público (FINEP, BNDES, SEBRAE, BB, etc.) ...	40 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %	43 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %		
Total.....	100%	100%		

Atividades internas de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D)	
44 - As atividades de Pesquisa e Desenvolvimento, realizadas no período entre 2003 e 2005, foram:	
1 <input type="checkbox"/> Contínuas	2 <input type="checkbox"/> Ocasionais

45 - Indique a localização do Departamento de P&D da empresa ou, no caso de não haver uma unidade formal ou existir mais de uma, onde se concentram predominantemente as atividades de P&D da empresa.

Unidade da Federação:

Informe o número de pessoas, do quadro da empresa, normalmente ocupadas nas atividades de P&D em 2005, segundo o nível de qualificação e o tempo de dedicação a estas atividades.

Nível de qualificação	Número de pessoas em dedicação exclusiva	Número de pessoas em dedicação parcial	Percentual médio de dedicação <small>(apenas para as pessoas em dedicação parcial) %</small>
Técnicos de nível superior			
Doutores	46 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	51 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	56 <input type="text"/> <input type="text"/>
Mestres	47 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	52 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	57 <input type="text"/> <input type="text"/>
Graduados	48 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	53 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	58 <input type="text"/> <input type="text"/>
Técnicos de nível médio	49 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	54 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	59 <input type="text"/> <input type="text"/>
Outros de suporte	50 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	55 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	60 <input type="text"/> <input type="text"/>

Informe o número de técnicos de nível superior (soma de 46 + 47 + 48 e soma de 51 + 52 + 53), do quadro da empresa, normalmente ocupados nas atividades de P&D, segundo as ocupações especificadas e o tempo de dedicação a estas atividades.

Formação básica	Número de pessoas com Pós-graduação	Número de pessoas em dedicação exclusiva	Número de pessoas em dedicação parcial	Percentual médio de dedicação <small>(apenas para as pessoas em dedicação parcial) %</small>
Químicos, físicos e semelhantes	61 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	67 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	73 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	79 <input type="text"/> <input type="text"/>
Engenheiros, arquitetos e semelhantes	62 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	68 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	74 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	80 <input type="text"/> <input type="text"/>
Médicos, cirurgiões dentistas, veterinários, enfermeiros e semelhantes	63 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	69 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	75 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	81 <input type="text"/> <input type="text"/>
Biologistas, bacteriólogos, farmacologistas e semelhantes	64 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	70 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	76 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	82 <input type="text"/> <input type="text"/>
Estatísticos, matemáticos, analistas de sistemas e semelhantes	65 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	71 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	77 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	83 <input type="text"/> <input type="text"/>
Outros	66 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	72 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	78 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	84 <input type="text"/> <input type="text"/>

Impactos das inovações				
Distribua percentualmente o valor das vendas e das exportações de 2005, segundo o grau de novidade das inovações de produto (bem ou serviço), implementadas entre 2003 e 2005.				
Produtos	Vendas líquidas Internas	Exportações		
Produto tecnologicamente novo ou significativamente aprimorado para a empresa, mas já existente no mercado nacional	85 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %	89 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %		
Produto tecnologicamente novo ou significativamente aprimorado para o mercado nacional, mas já existente no mercado mundial	86 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %	90 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %		
Produto tecnologicamente novo para o mercado mundial	87 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %	91 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %		
Produtos que não foram alterados ou foram modificados apenas marginalmente	88 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %	92 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %		
Total	100%	100%		
Indique a importância dos impactos das inovações de produto (bem ou serviço) e processo, implementadas durante o período entre 2003 e 2005.				
Impactos	Importância			
	Alta	Média	Baixa	Não relevante
Produto				
93 - Melhorou a qualidade dos bens ou serviços	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
94 - Ampliou a gama de bens ou serviços ofertados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mercado				
95 - Permitiu manter a participação da empresa no mercado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
96 - Ampliou a participação da empresa no mercado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
97 - Permitiu abrir novos mercados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Processo				
98 - Aumentou a capacidade de produção ou de prestação de serviços	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
99 - Aumentou a flexibilidade da produção ou da prestação de serviços	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
100 - Reduziu os custos de produção	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
101 - Reduziu os custos do trabalho	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
102 - Reduziu o consumo de matérias-primas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
103 - Reduziu o consumo de energia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
104 - Reduziu o consumo de água	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outros impactos				
105 - Permitiu reduzir o impacto sobre o meio ambiente e controlar aspectos ligados à saúde e segurança	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Enquadramento em regulações e normas padrão relativas ao:				
106 - mercado interno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
107 - mercado externo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fontes de informação				
Indique a importância atribuída a cada categoria de fonte de informação empregada entre 2003 e 2005, para o desenvolvimento de produtos (bens ou serviços) e/ou processos tecnologicamente novos ou substancialmente aprimorados.				
Fontes	Importância			
	Alta	Média	Baixa	Não relevante
Fontes internas à empresa				
108 - Departamento de P&D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
109 - Outros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fontes externas à empresa				
110 - Outra empresa do grupo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
111 - Fomecedores de máquinas, equipamentos, materiais, componentes ou softwares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
112 - Clientes ou consumidores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
113 - Concorrentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
114 - Empresas de consultoria e consultores independentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Centros educacionais e de pesquisa				
115 - Universidades e institutos de pesquisa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
116 - Centros de capacitação profissional e assistência técnica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
117 - Instituições de testes, ensaios e certificações	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outras fontes de informação				
118 - Aquisição de licenças, patentes e <i>know how</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
119 - Conferências, encontros e publicações especializadas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
120 - Feiras e exposições	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
121 - Redes de informações informatizadas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Qual a localização da principal fonte de informação, para cada categoria de fonte empregada entre 2003 e 2005?				
Fontes	Localização			
	Brasil	Exterior		
Fontes externas à empresa				
122 - Outra empresa do grupo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
123 - Fomecedores de máquinas, equipamentos, materiais, componentes ou softwares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
124 - Clientes ou consumidores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
125 - Concorrentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
126 - Empresas de consultoria e consultores independentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Centros educacionais e de pesquisa				
127 - Universidades e institutos de pesquisa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
128 - Centros de capacitação profissional e assistência técnica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
129 - Instituições de testes, ensaios e certificações	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Outras fontes de informação				
130 - Aquisição de licenças, patentes e <i>know how</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
131 - Conferências, encontros e publicações especializadas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
132 - Feiras e exposições	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
133 - Redes de informações informatizadas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

Cooperação para inovação												
<p>Cooperação para inovação significa a participação ativa em projetos conjuntos de P&D e outros projetos de inovação com outra organização (empresa ou instituição). Isto não implica, necessariamente, que as partes envolvidas obtenham benefícios comerciais imediatos. A simples contratação de serviços de outra organização, sem a sua colaboração ativa, não é considerada cooperação.</p>												
<p>134 - Entre 2003 e 2005, a empresa esteve envolvida em arranjos cooperativos com outra (s) organização (ões) com vistas a desenvolver atividades inovativas?</p> <p>1 <input type="checkbox"/> Sim 2 <input type="checkbox"/> Não</p> <p>Indique a importância de cada categoria de parceiro e a localização do principal parceiro em cada categoria.</p>												
Parceiro		Importância				Localização						
		Alta	Média	Baixa	Não relevante	Mesmo estado	Brasil (outros estados)	Mercosul	Estados Unidos	Europa	Outros países	
Clientes ou consumidores	135	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	142	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fornecedores	136	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	143	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Concorrentes	137	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	144	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outra empresa do grupo	138	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	145	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Empresas de consultoria	139	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	146	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Universidades e institutos de pesquisa	140	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	147	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Centros de capacitação profissional e assistência técnica	141	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	148	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>Para as categorias de parceiro que mantiveram cooperação, indique o objeto da cooperação estabelecida.</p>												
Parceiro	Objeto da cooperação											
	P & D	Assistência técnica	Treinamento	Desenho industrial	Ensaios para teste de produto	Outras atividades de cooperação						
149 - Clientes ou consumidores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
150 - Fornecedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
151 - Concorrentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
152 - Outra empresa do grupo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
153 - Empresas de consultoria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
154 - Universidades e institutos de pesquisa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
155 - Centros de capacitação profissional e assistência técnica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						

Apoio do governo		
Entre 2003 e 2005, a empresa utilizou algum dos programas, relacionados a seguir, de apoio do governo para as suas atividades inovativas?		
	1 - Sim	2 - Não
156 - Incentivos fiscais à P&D e inovação tecnológica (Lei nº. 8.661, Lei nº. 10.332, Lei nº. 11.196)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
157 - Incentivo fiscal Lei de Informática (Lei nº. 10.176, Lei nº. 10.664, Lei nº. 11.077)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
158 - Participação em projetos de P&D e inovação tecnológica em parceria com universidades e institutos de pesquisa, com apoio financeiro público	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
159 - Financiamento à projetos de P&D e inovação tecnológica, inclusive à compra de máquinas e equipamentos utilizados para inovar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
160 - Bolsas oferecidas pelas fundações de amparo à pesquisa e RHA/CNPq para pesquisadores em empresas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
161 - Aporte de capital de risco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
162 - Outros (favor especificar)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Patentes e outros métodos de proteção		
Entre 2003 e 2005, a empresa utilizou algum dos métodos, descritos a seguir, para proteger as inovações de produto e/ou processo desenvolvidas?		
	1 - Sim	2 - Não
Métodos de proteção por escrito		
163 - Patente de invenção	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
164 - Patente de modelo de utilidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
165 - Registro de desenho industrial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
166 - Marcas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
167 - Direitos de autor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Métodos de proteção estratégicos		
168 - Complexidade no desenho	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
169 - Segredo industrial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
170 - Tempo de liderança sobre os competidores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
171 - Outros (favor descrever)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
172 - Durante o período entre 2003 e 2005, a empresa solicitou depósito de patente?		
1	<input type="checkbox"/> Sim, no Brasil	
2	<input type="checkbox"/> Sim, no exterior	
3	<input type="checkbox"/> Sim, no Brasil e no exterior	
4	<input type="checkbox"/> Não	
173 - No final de 2005 a empresa dispunha de alguma patente em vigor?		
1	<input type="checkbox"/> Sim, no Brasil	
2	<input type="checkbox"/> Sim, no exterior	
3	<input type="checkbox"/> Sim, no Brasil e no exterior	
4	<input type="checkbox"/> Não	

Problemas e obstáculos à inovação				
Para as empresas que desenvolveram algum projeto entre 2003 e 2005				
174 - No período entre 2003 e 2005 , a empresa encontrou dificuldades ou obstáculos que podem ter tornado mais lenta a implementação de determinados projetos ou que os tenha inviabilizado?				
1 <input type="checkbox"/> Sim				
2 <input type="checkbox"/> Não				
ATENÇÃO! Se a resposta for Não, passe para o bloco "Outras importantes mudanças estratégicas e organizacionais", questão 188. Se a resposta for Sim, passe para a questão 176.				
Para as empresas que NÃO desenvolveram algum projeto entre 2003 e 2005				
175 - Qual das razões, listadas a seguir, justifica o fato da empresa não ter realizado nenhuma atividade inovativa durante o período entre 2003 e 2005 ?				
1 <input type="checkbox"/> Não necessitou, devido às inovações prévias				
2 <input type="checkbox"/> Não necessitou, devido às condições de mercado				
3 <input type="checkbox"/> Outros fatores impediram o desenvolvimento, implementação de inovação				
ATENÇÃO! Caso tenha assinalado 3, passe para a questão 176. Caso contrário, passe para o bloco "Outras importantes mudanças estratégicas e organizacionais", questão 188.				
Assinale a importância dos fatores que prejudicaram as atividades inovativas da empresa.				
Fatores	Importância			
	Alta	Média	Baixa	Não relevante
176 - Riscos econômicos excessivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
177 - Elevados custos da inovação	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
178 - Escassez de fontes apropriadas de financiamento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
179 - Rigidez organizacional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
180 - Falta de pessoal qualificado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
181 - Falta de informação sobre tecnologia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
182 - Falta de informação sobre mercados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
183 - Escassas possibilidades de cooperação com outras empresas/instituições	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
184 - Dificuldade para se adequar a padrões, normas e regulamentações	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
185 - Fraca resposta dos consumidores quanto a novos produtos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
186 - Escassez de serviços técnicos externos adequados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
187 - Centralização da atividade inovativa em outra empresa do grupo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TERCEIRO INQUÉRITO COMUNITÁRIO À INOVAÇÃO
(CIS III)**

**QUESTIONÁRIO RELATIVO AO PROCESSO DE INOVAÇÃO NA
EMPRESA REFERENTE A 1998 – 2000**



MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E DA TECNOLOGIA
OBSERVATÓRIO DAS CIÊNCIAS E DAS TECNOLOGIAS

Terceiro Inquérito Comunitário à Inovação

INQUÉRITO DO SISTEMA ESTATÍSTICO NACIONAL (Lei 689 de 15 de Abril) DE RESPOSTA OBRIGATORIA, REGISTADO NO INE SOB O Nº 9328, VÁLIDO ATÉ 31/12/2001

Este questionário constitui do por um conjunto de questões relativas à introdução, ou a actividades ligadas à introdução, de produtos e processos novos ou significativamente melhorados na indústria e nos serviços no período 1998-2000. É fundamental que todas as empresas respondam às perguntas indicadas, independentemente de terem introduzido ou não inovações. Só assim se poderá comparar os níveis de inovação das empresas portuguesas com as empresas dos outros países comunitários.

Agradecemos que leia calmamente o questionário pergunta a pergunta antes do respectivo preenchimento.

Para esclarecimentos contactar:

> ISABEL SOUDO

Telefone: 21 8452090

Fax: 21 8463432

E-mail: inovacao.oct@netc.pt

A preencher pela empresa:

Nome do Responsável pelo preenchimento _____

Função na Empresa _____

Telefone _____

Fax _____

E-mail _____



Notas importantes de preenchimento

1. Todos os campos de preenchimento com n. meros devem ser preenchidos colocando os algarismos da direita para a esquerda deixando em branco os espa. os que ficarem livres.

ex.

			1	2	6
--	--	--	---	---	---

2. Os valores monetários podem ser dados quer em contos, quer em euros, devendo, no entanto, utilizar-se a mesma unidade monetária ao longo de todo o questionário. Sempre que a pergunta exige uma resposta com valores monetários tal indicado através da colocação das palavras "contos" e "euros" a seguir ao campo de preenchimento, devendo riscar-se a unidade monetária que não se utiliza. Indique, em seguida, a unidade monetária escolhida:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
contos	euros

Legislação

O OCT (Observatório das Ciências e das Tecnologias) é o delegado do INE para a área estatística da Ciência e da Tecnologia (Despacho Ministerial Conjunto 265/97 de 31 de Julho), passando a integrar o Sistema Estatístico Nacional (SEN) e sujeitando-se como tal legislação que estipula o seu funcionamento (Lei 6/89 de 3 de Abril).

SEGREGO ESTATÍSTICO

Consiste no dever que impende sobre o OCT de guardar reserva absoluta em relação à informação estatística de carácter individual de pessoas singulares e colectivas por ele recolhida (art. 5.º da Lei 6/89).

OBRIGATORIEDADE DE RESPOSTA

É obrigatória a prestação das informações pedidas pelos funcionários e agentes do INE enquanto encarregados da recolha directa de informações estatísticas (art. 19.º da Lei 6/89).

Informação geral sobre a empresa

[illegible]

- 0.1 A sua empresa é parte de um grupo de empresas?
- Sim ☐ Em que país se localiza a sua sede? _____
- Não ☐
- 0.1.1 Qual o ano de fundação da empresa (no nosso país)?
- 0.2 Entre 1998 e 2000 ocorreu na sua empresa alguma das seguintes mudanças significativas?
- | | Sim <input type="checkbox"/> | Não <input type="checkbox"/> |
|--|------------------------------|------------------------------|
| Aumento do volume de vendas em 10 % ou mais devido a fusão com outra empresa | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Redução do volume de vendas em 10 % ou mais devido à venda ou encerramento de parte da empresa | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
- 0.3 Indique o tempo médio de vida do produto (bem ou serviço) mais importante para a sua empresa antes de ser substituído ou significativamente melhorado:
- Menos de 1 ano ☐ 1-3 anos ☐ 4-6 anos ☐ 7-9 anos ☐ Mais de 9 anos ☐ Impossível dizer ☐
- 0.4 Qual o mercado geográfico mais importante para a empresa? *Escolher a alternativa mais apropriada*
- | | |
|---|--------------------------|
| Local/ regional (até uma distância de cerca de 50 km) em Portugal | <input type="checkbox"/> |
| Local/ regional (até uma distância de cerca de 50 km) mas incluindo Espanha | <input type="checkbox"/> |
| Nacional (para além de 50 km) | <input type="checkbox"/> |
| Internacional (para além de 50 km) | <input type="checkbox"/> |

Informação económica sobre a empresa

■ 0.5	Volume de negócios ¹ vendas de bens e serviços <i>(incluindo exportações e excluindo apenas o I.V.A.)</i>	<div><div>em 1998</div><div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div><div>em contos ou euros</div></div>	<div><div>em 2000</div><div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div><div>em contos ou euros</div></div>
■ 0.6	Volume de exportações (apenas)	<div><div>em 1998</div><div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div><div>em contos ou euros</div></div>	<div><div>em 2000</div><div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div><div>em contos ou euros</div></div>
■ 0.7	Investimento bruto em capital fixo ² <i>(excluindo o I.V.A.)</i>	<div><div>em 1998</div><div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div><div>em contos ou euros</div></div>	<div><div>em 2000</div><div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div><div>em contos ou euros</div></div>
■ 0.8	Valor acrescentado bruto ³	<div><div>em 1998</div><div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div><div>em contos ou euros</div></div>	<div><div>em 2000</div><div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div><div>em contos ou euros</div></div>
■ 0.9	Custos com o pessoal ⁴	<div><div>em 1998</div><div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div><div>em contos ou euros</div></div>	<div><div>em 2000</div><div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div><div>em contos ou euros</div></div>
■ 0.10	Características do pessoal ao serviço ⁵		
■ 0.10.1	Total de pessoal ao serviço	<div><div>em 1998</div><div><div></div><div></div><div></div><div></div></div></div>	<div><div>em 2000</div><div><div></div><div></div><div></div><div></div></div></div>
	<i>Escolaridade</i>		
■ 0.10.2	Pessoal ao serviço que completou ensino superior <i>(concluíram cursos universitários ou politécnicos)</i>	<div><div>em 1998</div><div><div></div><div></div><div></div><div></div></div></div>	<div><div>em 2000</div><div><div></div><div></div><div></div><div></div></div></div>
■ 0.10.3	Pessoal ao serviço que completou o 12.º ano	<div><div>em 1998</div><div><div></div><div></div><div></div><div></div></div></div>	<div><div>em 2000</div><div><div></div><div></div><div></div><div></div></div></div>
	<i>Qualifica aIFun es</i>		
■ 0.10.4	Pessoal ao serviço cuja qualificação corresponde a: quadros, profissionais altamente qualificados e profissionais qualificados	<div><div>em 1998</div><div><div></div><div></div><div></div><div></div></div></div>	<div><div>em 2000</div><div><div></div><div></div><div></div><div></div></div></div>

¹ Para instituições de crédito: receitas de juros e similares; para seguradoras: receitas brutas de prémios recebidos.
² Aquisição de equipamentos, terrenos e construções.
³ Obtido pela diferença entre as vendas e o consumo intermédio, isto é, os bens e serviços consumidos pela empresa no seu processo produtivo.
⁴ Inclui todas as despesas efectuadas que revertem a favor do pessoal ao serviço.
⁵ Média anual. Se não for possível indicar a média anual, indicar os valores para o final de cada ano. O pessoal ao serviço inclui as pessoas que, no período de referência, participaram na actividade da empresa qualquer que tenha sido a duração dessa participação, nas seguintes condições: a) pessoal ligado à empresa por um contrato de trabalho, recebendo em contrapartida uma remuneração; b) pessoal ligado à empresa/instituição, que por não estar vinculado por um contrato de trabalho, não recebe uma remuneração regular pelo tempo trabalhado ou trabalho fornecido (p.ex.: proprietários-gerentes, familiares não remunerados, membros activos de cooperativas); c) pessoal com vínculo a outras empresas/instituições que trabalharam na empresa/instituição sendo por esta directamente remunerados.

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16

Inovação

A inovação corresponde, no âmbito deste questionário, à introdução no mercado de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou à introdução por parte da empresa de processos novos ou significativamente melhorados. A inovação pode ser baseada em novos desenvolvimentos tecnológicos, em novas combinações de tecnologias existentes, ou na utilização de outro tipo de conhecimento adquirido pela empresa.

Atenção: ler "Anexo" sobre inovação antes de continuar a preencher o questionário.

01

Inovação de produto

A inovação de produto corresponde à introdução no mercado de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado relativamente às suas características fundamentais, às suas especificações técnicas, ao software ou outros componentes imateriais incorporados, à utilização para que foi concebido, ou à facilidade de utilização. A inovação tem que ser nova para a empresa; não tem que ser necessariamente nova no mercado servido pela empresa. A inovação pode ter sido desenvolvida tanto pela empresa como fora dela. Modificações de natureza unicamente estética e a mera venda de inovações totalmente produzidas e desenvolvidas por outras empresas não se podem considerar inovações.

Em "Anexo" apresentam-se exemplos de inovações.

- 1.1 Durante o período de 1998-2000, a sua empresa introduziu no mercado algum produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado no contexto da empresa?

Sim ☐ Quem desenvolveu esses produtos? Indique apenas a alternativa mais adequada

Principalmente a sua empresa ou grupo a que pertence ☐

A sua empresa em cooperação com outras empresas ou instituições ☐

Principalmente outras empresas ou instituições ☐

Não ☐ passar para a questão 2 (página seguinte)

- 1.2 Por favor, faça uma descrição sucinta do mais importante produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado (por favor escreva com letra de imprensa).

- 1.3 Por favor estime a distribuição da percentagem de volume de negócios⁶ de 2000 entre:

Vendas de produtos novos ou significativamente melhorados introduzidos no período de 1998-2000.

%

Vendas de produtos não modificados ou apenas marginalmente melhorados e introduzidos no período de 1998-2000⁷.

%

Volume de Negócios Total em 2000

%

- 1.4 Durante o período de 1998-2000, a sua empresa introduziu no mercado algum produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado no contexto do mercado servido pela empresa?

Sim ☐ Contribuição da venda destes produtos para o volume de negócios em 2000: %

Não ☐

⁶ Para instituições de crédito: receitas de juros e similares; para seguradoras: receitas brutas de prémios recebidos.

⁷ Bens e serviços totalmente desenvolvidos e produzidos por entidades terceiras devem ser incluídos nesta rubrica.

02

Inovação de processo

A inovação de processo corresponde à adoção de métodos de produção novos ou significativamente melhorados, assim como de meios novos ou significativamente melhorados de fornecimento de serviços e de distribuição de produtos. O resultado da inovação de processo tem que ter um impacto significativo na produção, qualidade dos produtos (bens ou serviços) ou custos de produção e de distribuição.

A inovação tem que ser nova para a empresa; não tem que ser necessariamente nova no mercado servido pela empresa. A inovação pode ter sido desenvolvida tanto pela empresa como fora dela. Modificações de natureza unicamente organizacional ou de gestão não se podem considerar inovações.

Em "Anexo" apresentam-se exemplos de inovações.

- 2.1 Durante o período de 1998-2000, a sua empresa adoptou processos de produção novos ou significativamente melhorados, incluindo meios de fornecimento de serviços ou de distribuição de produtos?

Sim ☐ Quem desenvolveu esses processos? Indique apenas a alternativa mais adequada

Principalmente a sua empresa ou grupo a que pertence ☐

A sua empresa em cooperação com outras empresas ou instituições ☐

Principalmente outras empresas ou instituições ☐

Não ☐ *passar para a questão 3*

- 2.2 Por favor, faça uma descrição sucinta do mais importante processo novo ou significativamente melhorado (por favor escreva com letra de imprensa).

03

Actividades de inovação incompletas ou abandonadas

- 3.1 Até ao fim de 2000, a sua empresa desenvolveu, mas ainda não concluiu, projectos orientados para o desenvolvimento ou introdução de produtos (bens ou serviços) ou processos novos ou significativamente melhorados, incluindo actividades de investigação e desenvolvimento⁸ (I&D)?

Sim ☐

Não ☐

- 3.2 Durante o período 1998-2000, a empresa abandonou actividades em curso orientadas para o desenvolvimento ou introdução de produtos (bens ou serviços) ou processos novos ou significativamente melhorados, incluindo actividades de investigação e desenvolvimento(I&D)?

Sim ☐

Não ☐

ATENÇÃO:

■ Empresas que responderam não ao conjunto das questões 1.1, 2.1, 3.1 e 3.2, devem passar para a questão 10.1.2 (pág. 13)

⁸ A I&D na empresa compreende todo o trabalho criativo empreendido numa base sistemática com vista a aumentar a reserva de conhecimentos da empresa, assim como a utilização dessa reserva no desenvolvimento de novas aplicações, tais como produtos (bens/serviços) ou processos novos ou significativamente melhorados (incluindo investigação em software).

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16

■ 4.1 A empresa esteve envolvida nas seguintes actividades de inovação em 2000?

Por favor indique, assinalando "sim", se a sua empresa esteve envolvida durante 2000 nas seguintes actividades orientadas para a introdução de produtos (bens/serviços) ou processos novos ou significativamente melhorados baseados em ciência, tecnologia ou outras áreas de saber. Subsequentemente, estime as despesas correspondentes em 2000, incluindo as despesas associadas a actividades abandonadas ou não concluídas. Assinale "não" para as actividades em que a empresa durante 2000 não esteve envolvida. Se sim, por favor estime a despesa em 2000, incluindo despesas com pessoal e investimento (sem depreciação), em milhões ou euros.

Sim Nao

Investigação e desenvolvimento realizados na empresa (I&D interna)

A I&D na empresa compreende todo o trabalho criativo empreendido numa base sistemática com vista a aumentar a reserva de conhecimentos da empresa, assim como a utilização dessa reserva no desenvolvimento de novas aplicações, tais como produtos (bens/serviços) ou processos novos ou significativamente melhorados (incluindo investigação em software).

☐

em contos ou euros

Aquisição de serviços de I&D (I&D externa)

As mesmas actividades mencionadas acima, mas executadas por outras empresas (mesmo que sejam do grupo da sua empresa) ou por entidades públicas ou privadas de I&D.

4

em contos ou euros

Aquisição de maquinaria e de equipamento

Maquinaria avançada, hardware ou outros equipamentos ligados especificamente a produtos (bens/serviços) ou processos novos ou significativamente melhorados.

5 ☐

em contos ou euros

Aquisição de outros o
hecimentos externos

Aquisição de conhecimento externo, sob a forma de patentes, licenças, know-how, marcas, software e outros tipos de conhecimento externo para implementar as inovações da sua empresa

☐

em contos ou euros

Formação

Formação interna ou externa especificamente orientada para o desenvolvimento ou introdução de inovações

☐

em contos ou euros

Introdução de inovações
no mercado (marketing)

Atividades de marketing internas ou externas à empresa directamente orientadas para a introdução no mercado dos produtos (bens/serviços) novos ou significativamente melhorados (pode incluir estudos de mercado, testes de mercado, publicidade de lançamento; deve excluir a constituição de redes de distribuição para comercializar as inovações)

☐

em contos ou euros

Projecto industrial e outros tipos de preparação para a produção ou distribuição de inovações

Outros procedimentos e preparações técnicas não contemplados acima, necessários para a introdução de produtos (bens/serviços) ou processos novos ou significativamente melhorados

em contos ou euros

Despesa total em inovação em 2000

em contos ou euros

05

Investigação e desenvolvimento realizados na empresa (I&D)

Se a sua empresa teve actividades de I&D internas:

- 5.1 Qual o pessoal ao serviço na empresa que esteve afecto a investigação e desenvolvimento em 2000?
(inclui tanto pessoas do departamento de investigação e desenvolvimento como fora dele, desde que envolvidas em investigação e desenvolvimento)

em total de ETI (ver definição e exemplo em seguida):

Definição e Exemplo:

ETI: "equivalentes a tempo integral"; calculam-se a partir da fracção (calculada em %) do tempo que cada indivíduo dedicou a actividades de I&D na empresa; o total resulta do somatório das fracções de cada pessoa.

As actividades de I&D da empresa foram desenvolvidas por pessoal a tempo integral e a tempo parcial.
Como proceder ao cálculo do Equivalente a Tempo Integral (ETI)?

Investigadores:

Um indivíduo A ocupa-se a 100% em actividades de I&D durante todo o ano na Empresa - Tempo Integral

Um indivíduo B ocupa-se a 100% em actividades de I&D durante 6 meses (1/2 ano) na Empresa - Tempo Parcial

Um indivíduo C ocupa-se a 25% em actividades de I&D durante todo o ano na Empresa - Tempo Parcial

Um indivíduo D ocupa-se a 30% em actividades de I&D durante 4 meses (1/3 ano) na Empresa - Tempo Parcial

Indivíduo	Percentagem de tempo em I&D	Percentagem de tempo em I&D no ano	Tempo Integral	Tempo Parcial	ETI
A	100%	100% x 1 ano = 100%	1	-	1,0
B	100%	100% x 1/2ano = 50%	-	1	0,5
C	25%	25% x 1 ano = 25%	-	1	0,25
D	30%	30% x 1/3ano = 10%	-	1	0,1
total			1	3	1,85

O total de ETI deve ser arredondado para uma casa decimal. Assim, o preenchimento do campo no caso do exemplo será:

em total de ETI 1,9

- 5.2 No período de 1998-2000, de que forma se desenrolaram as actividades de I&D na empresa?

Continuadamente ☐
Ocasionalmente ☐

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16

06

Efeitos das inovações introduzidas na empresa durante 1998-2000

A inovação pode ter vários efeitos nas actividades da empresa. Indique, para as várias alternativas em seguida, o grau de impacto verificado no fim de 2000 fruto das inovações introduzidas no período de 1998-2000.

		Grau de impacto			Irrelevante
		Alto	Médio	Baixo	
Efeitos associados aos produtos	Alargamento da gama de produtos (bens/serviços)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Entrada em novos mercados ou aumento da quota de mercado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Melhoria da qualidade dos produtos (bens/serviços)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Efeitos associados aos processos	Melhoria da flexibilidade de produção	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Aumento da capacidade de produção	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Redução dos custos de trabalho por unidade produzida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Redução do consumo de energia e de materiais por unidade produzida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outros efeitos	Melhoria do impacto ambiental ou de outros aspectos associados à segurança ou saúde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Cumprimento com regulamentações e normas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

07

Financiamento público da inovação

O financiamento público inclui apoio financeiro sob a forma de subsídios ou empréstimos, assim como de garantias bancárias. As vendas a entidades públicas não devem ser consideradas.

- 7.1 No período de 1998-2000 a sua empresa recebeu algum tipo de apoio financeiro público para apoiar actividades orientadas para a inovação?

Apoio de:	Sim	Não
Autoridades locais ou regionais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Governo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
União Europeia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- 7.2 A sua empresa recebeu financiamentos quer do 4º (1994-98) quer do 5º (1998-2002) Programa Quadro da União Europeia para investigação e desenvolvimento?

Sim ☐
Não ☐

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16

08

Cooperação na área da inovação entre 1998-2000

A cooperação na área da inovação significa a participação activa em actividades de I&D e em outras actividades de inovação com outras organizações (tanto empresas como outras entidades). A cooperação não implica que ambos os parceiros retirem benefícios comerciais imediatos. A simples contratação ao exterior da empresa, sem qualquer colaboração activa da empresa, não é considerada cooperação.

- 8.1 A sua empresa estabeleceu algum acordo de cooperação para actividades de inovação com outras empresas ou instituições durante o período 1998-2000?

Sim ☐

Não ☐ *passar para a questão 9 (página seguinte)*

- 8.2 Por favor indique o tipo de organização com quem colaborou e respectivo país ou região de origem
Admitem-se várias respostas

Tipo de parceiros	Nacional	UE*/ EFTA**	UE-PC***	EUA	Japão	Outra
Outras empresas do grupo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fornecedores de equipamento, de materiais, de componentes ou de software	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Concorrentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Consultores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Laboratórios comerciais ou empresas de I&D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Universidades ou outras instituições de ensino superior	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Laboratórios do Estado, institutos de I&D governamentais ou instituições privadas sem fins lucrativos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- 8.3 Por favor indique a importância dos parceiros para o desenvolvimento de actividades de inovação

Tipo de parceiros	Alta	Média	Baixa	Nenhum parceiro
Outras empresas do grupo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fornecedores de equipamento, de materiais, de componentes ou de software	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Concorrentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Consultores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Laboratórios comerciais ou empresas de I&D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Universidades ou outras instituições de ensino superior	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Laboratórios do Estado, institutos de I&D governamentais ou instituições privadas sem fins lucrativos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

* União Europeia (Bélgica, Dinamarca, Alemanha, Grécia, Espanha, França, Irlanda, Itália, Luxemburgo, Holanda, Áustria, Portugal, Finlândia, Suécia e Reino Unido)

** EFTA- European Free Trade Association (Islândia, Liechtenstein, Noruega, Suíça)

*** UE Países Candidatos (Bulgária, Chipre, República Checa, Estónia, Hungria, Letónia, Lituânia, Malta, Polónia, Roménia, Eslováquia, Eslovénia e Turquia)

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16

09

Fontes de informação para a inovação entre 1998-2000

Esta questão diz respeito à identificação das principais fontes de informação das quais resultaram sugestões para projectos de inovação ou que contribuíram para a implementação de inovações. Por favor indique a importância atribuída às diferentes fontes de informação mencionadas em seguida.

		Se utilizada, importância			Não utilizada
		Alta	Média	Baixa	
Fontes internas	Dentro da própria empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Outras empresas do grupo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fontes de mercado	Fornecedores de equipamento, de materiais, de componentes ou de software	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Concorrentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fontes institucionais	Universidades ou outras instituições de ensino superior	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Laboratórios do Estado, institutos de I&D governamentais ou instituições privadas sem fins lucrativos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outras fontes	Conferências, reuniões e publicações científicas ou profissionais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Feiras, mostras de produtos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Empresas de consultoria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16

10

Factores que dificultam a inovação

■ 10.1.1 Durante o período de 1998-2000, houve actividades orientadas para a inovação que:

	Sim	Não
foram seriamente atrasadas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
nem sequer foram iniciadas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
foram canceladas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Passar para a questão 10.2

■ 10.1.2 Ausência de actividades orientadas para a inovação

(Apenas para Empresas que responderam não ao conjunto das questões 1.1, 2.1, 3.1 e 3.2. O questionário deve ser preenchido até ao fim, incluindo a questão 10.2)

Durante o período de 1998-2000, alguma das razões seguintes foi relevante para que a empresa não tivesse tido quaisquer actividades orientadas para a inovação?

	Sim	Não
Não se justificavam actividades orientadas para inovação, dado que havia inovações introduzidas anteriormente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Não se justificavam actividades orientadas para inovação, dadas as condições do mercado da empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Existiram factores que dificultaram a inovação	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

■ 10.2 Factores que dificultaram a inovação

Se a empresa sentiu dificuldades no desenvolvimento de actividades de inovação ou nem sequer as iniciou entre 1998-2000, por favor indique a importância de cada um dos factores de impedimento.

Factores de impedimento:		Grau de importância			Não relevante
		Alto	Médio	Baixo	
Factores económicos	Percepção de riscos económicos excessivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Custos de inovação demasiado elevados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Falta de fontes de financiamento apropriadas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Factores internos	Estrutura organizacional pouco flexível	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Falta de pessoal qualificado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Falta de informação sobre tecnologia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Falta de informação sobre mercados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outros factores	Regulamentação e normas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Falta de receptividade dos clientes às inovações	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Reduzida dimensão do mercado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ATENÇÃO:

Todas as empresas devem responder às questões 11 e 12 da página seguinte.

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16

11

Patentes e outros métodos de protecção

- 11.1.1 Durante o período de 1998-2000, a sua empresa, ou alguma outra empresa do mesmo grupo submeteu pedidos de patentes para proteger invenções ou inovações por elas desenvolvidas?

Sim	<input type="checkbox"/>	Por favor indique o número de pedidos ⁹							
Não	<input type="checkbox"/>								

- 11.1.2 A sua empresa, ou outra empresa do mesmo grupo, tinha patentes válidas no fim de 2000 para proteger invenções ou inovações por elas desenvolvidas?

Sim	<input type="checkbox"/>	Por favor indique o número de patentes válidas ⁹							
Não	<input type="checkbox"/>								

- 11.1.3 Que percentagem do volume de negócios, em 2000, estava protegido por patentes ou patentes pedidas?

Proporção das vendas 2000 % Impossível responder ☐

- 11.2 Durante o período 1998-2000, a sua empresa, ou alguma outra empresa do mesmo grupo, recorreu aos seguintes métodos para proteger invenções ou inovações por elas desenvolvidas?

		Sim	Não
Métodos formais	Registo de padrões de design	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Marcas Registadas (Trademarks)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Direitos de Autor (Copyright)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Métodos estratégicos	Segredo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Complexidade de concepção	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Antecipação face aos concorrentes na introdução da inovação	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12

Outras mudanças estratégicas e organizacionais importantes

At esta altura, este questionário tem-se debruçado sobre produtos (bens ou serviços) ou processos novos ou significativamente melhorados. Esta última questão está associada a outros melhoramentos criativos que podem ter sido desenvolvidos pela empresa.

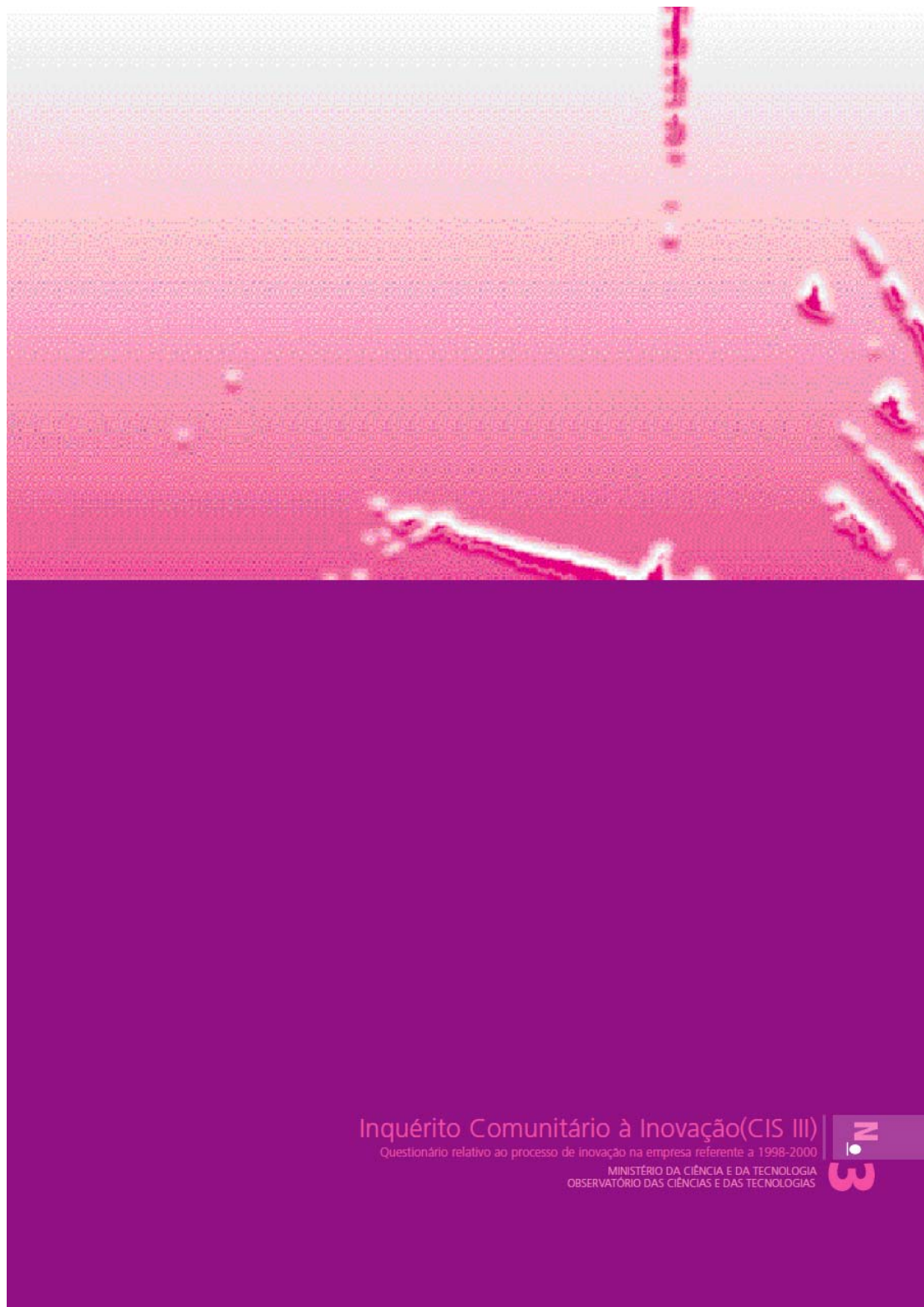
- 12.1 Durante o período de 1998-2000, a empresa desenvolveu alguma das seguintes actividades?

		Sim	Não
Estratégia	Implementação de estratégias novas ou significativamente alteradas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gestão	Implementação de técnicas de gestão avançadas por parte da empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Organização	Implementação de estruturas organizacionais novas ou significativamente alteradas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Marketing	Mudanças significativas nas estratégias ou conceitos de marketing da empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mudanças estéticas (ou outras de carácter subjectivo)	Mudanças significativas de carácter estético, de design ou de outro tipo com carácter subjectivo em pelo menos um produto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

⁹ Pedidos de patentes ou patentes concedidas às mesmas invenções em países diferentes devem contar como a mesma (uma única) patente.

Muito obrigado por ter disponibilizado o seu tempo e colaborado com o Observatório das Ciências e das Tecnologias (Ministério da Ciência e da Tecnologia).

Agradecemos a devolução do questionário preenchido, utilizando o envelope de resposta sem franquia (RSF) junto enviado.





MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E DA TECNOLOGIA
OBSERVATÓRIO DAS CIÊNCIAS E DAS TECNOLOGIAS

EXEMPLOS DE INOVAÇÃO

Considera-se que a inovação, de acordo com a definição do questionário, pode ser de dois tipos:
inovação de Produto (bens ou serviços) e **inovação de Processo**.

1 – Inovação de Produto (bens ou serviços), permitindo, designadamente:

- um melhor desempenho do produto ou do serviço;
- um alargamento das possíveis aplicações do produto ou do serviço.

Exemplos: alteração do tipo de materiais utilizados, introdução de produtos ecológicos numa gama de artigos, incorporação de "chips" electrónicos, utilização de sistemas de cartão de cliente, recurso a serviços de atendimento telefónico ao cliente, desenvolvimento de actividades bancárias e de seguros electronicamente, utilização de serviços de internet e de comércio electrónico (embora a mera criação de um site de informação sem serviços on-line não se considere uma inovação).

2 – Inovação de Processo, que se pode manifestar na melhoria do desempenho:

do próprio processo, levando a que:

- os processos se tornem melhor integrados ou mais automatizados;
- aumente a flexibilidade;
- melhore a qualidade;
- melhore a segurança ou se reduzam os danos ambientais.

Exemplos: melhorias na logística de armazenagem (como, por exemplo, sistemas de *order picking*), seguimento e localização de expedições (*tracking and tracing*), interligação entre comunicação de dados e transporte de mercadorias, sistemas de código de barras, processamento óptico da informação, sistemas dedicados (*expert systems*), software para integração de funções, primeira utilização de ferramentas CAD/CAE.

Considera-se que a certificação ISO é uma inovação apenas quando está directamente relacionada com a introdução de processos novos ou melhorados.

dos procedimentos de logística e controlo, permitindo que:

- melhore o planeamento e a rota de mercadorias;
- aumente a flexibilidade na distribuição;
- melhore o controlo de stocks.

Exemplos: sistemas de automatização de pedidos/compras, sistemas de minimização de stocks (*just-in-time*), sistemas auxiliares computadorizados para logística.

EXEMPLOS MAIS ESPECÍFICOS DE INOVAÇÃO POR SECTOR

Indústria

Produto

- inclusão de produtos ecológicos na gama de produtos existente
- garantia perpétua em produtos novos ou usados
- alteração de materiais em artigos, por exemplo a "respiração activa" em artigos de vestuário
- roupa à prova de água
- módulos para a área da ciência da vida produzidos através de engenharia biológica
- introdução em produtos de chips electrónicos
- uso de telemática em veículos a motor
- veículos a motor com redução da emissão de poluentes (ex. carros com baixo consumo, autocarros movidos a gás natural)
- programa de estabilização electrónica para veículos a motor (ESP)
- novo tipo de papel para impressoras específicas
- novos tipos de motores em navios
- linhas de alta tensão isoladas com gás
- manutenção à distância
- filtros de cerâmica para microondas e filtros de radiação nas comunicações móveis

Dar um novo nome ou voltar a acondicionar bens já existentes de forma a alcançar outro mercado não se considera uma inovação.

Processo

- digitalização de processos de impressão
- novos tipos de sistemas de lâminas para produção de aparas de madeira (wood chips)
- novo modelo de unidade de remoção e recuperação de água
- medição de partículas por sensores em exaustão de gases
- aplicação em série de "lacas" ou "verniz" em pó para o tratamento e protecção superficial de metais
- novos processos de produção de ácidos com diferentes matérias-primas
- sistemas de identificação e controlo
- novos sistemas de CAD
- novos sistemas de distribuição da informação
- interligação de sistemas de processamento de dados, software para computadores em rede
- introdução de métodos de assistência/auxílio e/ou baseados em computador para desenvolvimento de produto
- introdução de programas de simulação com base em elementos finitos para optimização de componentes
- recurso ao comércio electrónico interligado com a produção (ex. bancos electrónicos com ofertas personalizadas, compras via internet)
- disponibilização de canais directos de comunicação entre o cliente e o produtor
- controlo do tempo e fase de execução na internet

Comércio por Grosso

Produto

- inclusão de produtos ecológicos na gama de produtos existente
- garantia perpétua em produtos novos ou usados
- novos tipos de serviços de certificação
- inclusão de serviços adicionais
 - soluções combinadas (ex. serviços técnicos e de consultoria)
 - teste, exame e certificação de serviços

1

2

3

4

- introdução de sistemas de cartão de cliente
- consulta e pedidos de compra no ponto de venda (PoS)
- serviço de recolha para clientes
- manutenção à distância
- venda via internet (comércio electrónico); mas não somente um site de informação sem disponibilização de serviços *online*
- sistemas de identificação e controlo
- venda directa ao cliente final

Processo

- leitores ópticos nas caixas registradoras
- desenvolvimento e introdução de canais de distribuição digital
- computadores portáteis para vendedores, de auxílio directo às vendas
- sistemas de identificação e controlo
- colocação digital de rótulos ou etiquetas em produtos (ex. uso de códigos de barras)
- reconstrução ou reorganização de espaços de venda de forma a proporcionar uma fácil aquisição por parte dos clientes
- recibos por PC que incluem mais informação nas facturas/vendas a dinheiro
- catálogos electrónicos (ex. *CD-ROM*)
- soluções de centro de atendimento telefónico (*call-centre*)
- disponibilização de meios físicos (oficina, equipamento) para efectuar serviços em regime de self-service
- treino de trabalhadores especializados para oferecer serviços especiais de consultoria para clientes
- novos sistemas de *CAD*
- sistemas de distribuição de informação
- interligação de sistemas de processamento de dados, software para computadores em rede
- disponibilização de canais directos de comunicação entre o cliente e o produtor
- centros de atendimento ao cliente para coordenar todas as necessidades do cliente

Serviços Financeiros

Produto

- serviços de seguros novos ou significativamente melhorados
 - introdução de conceitos de seguro de vida por módulos
 - novos seguros de invalidez ocupacional
- introdução de sistemas de seguros de activos e títulos de catástrofes (*cat-bonds*)
- introdução de cartões para acesso directo com identificação e controlo nos hospitais

Processo

- bancos *online*
- ferramentas para controlo de chamadas telefónicas
- software novo ou melhorado, ou redes de computadores pessoais
- aplicação de novos métodos de diversificação de risco
- arquivamento óptico-electrónico de documentos
- escritório livre de papel
- melhoria nos sistemas fundamentais de identificação e controlo
- políticas de ponto de venda
- introdução de novos métodos de pontuação e classificação ("*rating*")

1

2

3

4

Outros Serviços

Produto

- máquinas de venda de bilhetes com porta-moedas electrónico (*PMB*) ou cartão de pagamento de débito/crédito
- manutenção remota de software, aconselhamento remoto
- novos métodos de análise estatística
- desenvolvimento de software flexível para clientes
- contratação de serviços nas áreas ambiental e de energia
- fornecimento de novas aplicações de multimédia
- novos serviços de logística
- serviços de resposta por voz
- serviços de atendimento telefónico ao cliente

Processo

- transferência electrónica de dados
- *CAD* ou projectos em *CAD*
- bancos electrónicos
- "caixa de ferramentas" para software específico para clientes (*CASE-Tools*)
- criação computacional de documentos
- melhoria da rede de computadores
- sistemas de monitorização de redes
- sistemas de gestão de chamadas telefónicas
- aplicação de sistemas de visualização térmica ("*termographics*") para avaliar sistemas técnicos
- controlo do tempo e fase de execução com base na internet
- sistemas de navegação via satélite
- novas ferramentas de software para gestão de fornecedores e compras
- introdução de gás natural em autocarros
- introdução de piso rebaixado em autocarros

1

2

3

4

Inquérito Comunitário à Inovação(CIS III)

Questionário relativo ao processo de inovação na empresa referente a 1998-2000

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E DA TECNOLOGIA
OBSERVATÓRIO DAS CIÊNCIAS E DAS TECNOLOGIAS



INQUÉRITO AO DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL SUSTENTADO

**(APCADEC) – INQUÉRITO DA ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE
COMPRAS E APROVISIONAMENTO**

09/06/12

APCADEC – Inquérito – Desenvolvimento Empresarial Sustentado

A APCADEC | Sócios | Agenda | Formação | Gestão de Conhecimento | Notícias | Contactos | Links



Inquérito – Desenvolvimento Empresarial Sustentado

O movimento de globalização provocou um elevado crescimento económico, obrigando as empresas a repensar a estratégia de compras e aprovisionamento das matérias-primas, produção e distribuição de produtos. No entanto, este crescimento causou igualmente graves problemas ecológicos e diminuição dos recursos naturais disponíveis nomeadamente o petróleo.

Neste contexto, e dada a pressão imposta por consumidores e entidades não-governamentais, os grandes grupos económicos estão a melhorar a sua imagem no mercado através da criação de Cadeias de Fornecimento cujas actividades são coordenadas segundo uma *Gestão Sustentável*. Surge o conceito de **Compras e Logística Verde**, convergindo as ciências economia e ecologia num único objectivo de garantir uma boa gestão de recursos naturais escassos. A importância da implementação de políticas verdes é inegável: para além das vantagens económicas provenientes da redução do consumo (energia, água...), existe um aumento da percepção do valor por parte dos consumidores em relação aos produtos e serviços prestados pelas empresas com preocupações ambientais.

O inquérito seguinte tem como principal objectivo analisar a tendência do mercado português relativamente ao DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL SUSTENTADO, e qual a importância atribuída pelos gestores e responsáveis pelas Compras e Aprovisionamento a cada uma das actividades da Cadeia Logística (compras, armazenagem, transporte e logística inversa).

Toda a informação recolhida neste inquérito é estritamente confidencial, e os dados recolhidos serão apenas utilizados para fins académicos. Em caso de dúvida, pf. contactar Cristina Fernandes (e-mail: mcfernandes@fep.up.pt). Ao colaborar neste inquérito irá receber posteriormente os resultados do estudo por email.

Parte I – DADOS DA EMPRESA

Nome da Empresa:	<input type="text"/>
Morada da Empresa:	<input type="text"/>
Código Postal:	<input type="text"/> - <input type="text"/> - <input type="text"/>
Telefone:	<input type="text"/>
Fax:	<input type="text"/>
Website:	<input type="text"/>
Ano de início de actividade em Portugal:	<input type="text"/>
Tipo de Empresa:	<input type="text"/> ▼
Nº de Sucursais?	<input type="text"/>
Dimensão da Empresa (Nº de Trabalhadores)	<input type="text"/>
Empresa:	<input type="text"/> ▼ Outro: <input type="text"/>
Sendo Empresa:	<input type="text"/> ▼
Sector de Actividade:	<input type="text"/> ▼ Outro: <input type="text"/>
Sistemas de Informação:	<input type="text"/> ▼ Tipo de Sistema: <input type="text"/>
Qual o volume de negócios anual da empresa?	<input type="text"/> ▼

Parte II – SUSTENTABILIDADE

www.apcadedec.org.pt/inquerito_gestao-sustentavel.htm

1/7

09/06/12

APCADEC – Inquérito – Desenvolvimento Empresarial Sustentado

2.1 - Na sua empresa, acha importante ter em consideração as preocupações ambientais/ sociais na definição da estratégia/ missão?

☐ Absolutamente nada ☐ Pouco ☐ Indiferente ☐ Muito ☐ Completamente

2.2 - As políticas ambientais na sua empresa são.... (escolha apenas 1 resposta)

Um constrangimento ☐

Políticas sem impacto na actividade ☐

Criticas para o negócio ☐

Uma oportunidade de inovação ☐

Não sei/ Não quer responder ☐

Outro (especifique): ☐

2.3 - Para si e para a sua empresa, quais são os PROBLEMAS AMBIENTAIS mais preocupantes para a sua empresa (escolha 4 respostas – indique a ordem – de mais preocupante (1) a menos preocupante (4)?

	1	2	3	4
Congestão de tráfego	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poluição (atmosférica, sonora, visual...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilização de produtos tóxicos/ não recicláveis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Escassez de recursos naturais (ex: petróleo)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Problemas energéticos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Falhas no fornecimento de água potável	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Efluentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Falta de espaço	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deposição	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2.4 - E quais os PROBLEMAS SOCIAIS mais importantes (escolha 5 respostas – indique a ordem – de mais preocupante (1) a menos preocupante (5)?

	1	2	3	4	5
Pobreza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desemprego	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Violência	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trabalho infantil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trabalho forçado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Falta de Saúde, Higiene e Segurança no Trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Discriminação (étnica, racial, H/M)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Remuneração	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Expediente – excesso de horas de trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Educação – falta de formação, habilitações...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Falta de apoio familiar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2.5 - Na sua empresa, considera importante a publicação do Relatório de Sustentabilidade?

☐ Absolutamente nada ☐ Pouco ☐ Indiferente ☐ Muito ☐ Completamente

2.6 - Acha que a publicação do Relatório de Sustentabilidade deveria ser legalmente exigido?

☐ Sim ☐ Não ☐ Não sei/ Não quer responder

2.7 - Acha que o Relatório de Sustentabilidade deverá ser sujeito a verificação externa?

☐ Sim ☐ Não ☐ Não sei/ Não quer responder

www.apcadec.org.pt/inquerito_gestao-sustentavel.htm

2/7

09/06/12

APCADEC – Inquérito – Desenvolvimento Empresarial Sustentado

2.8 – Na publicação do Relatório de Sustentabilidade, que tipo de critérios poderiam ser adoptados para a apresentação da informação?

- Global Reporting Initiative (GRI) ☐
- United Nations Development Programme (UNDP) ☐
- Human Development Index (HDI) ☐
- Environmental Performance Index (EPI) ☐
- World Economic Forum (WEF) ☐
- Outro (especifique): ☐
- Não sabe/ Não quer responder ☐

2.9 – O Relatório de Sustentabilidade da empresa já foi publicado?

- ☐ Sim, Indique 1º ano de publicação
- ☐ Não, Será publicado
- ☐ Não tencionam publicar
- ☐ Não sabe/ Não quer responder

2.10 – Que Departamento é que deverá ser responsável pela publicação do Relatório de Sustentabilidade?

- Ambiente ☐
- Comunicação ☐
- Sustentabilidade ☐
- Marketing ☐
- Outro: Empresa subcontratada ☐
- Outro (especifique): ☐

2.11 – Acha importante a realização de Actividades Sociais por parte da sua empresa?

- ☐ Absolutamente nada ☐ Pouco ☐ Indiferente ☐ Muito ☐ Completamente

Se sim, indique quais (escolha múltipla):

- Apoio à formação ☐
- Apoio à comunidade ☐
- Voluntariado ☐
- Donativos/ Patrocínios ☐
- Financiamento de Projectos ☐
- Outro (especifique): ☐

2.12 – Das ACTIVIDADES AMBIENTAIS mencionadas, quais são as actividades que considera mais importantes (escolha 5 actividades)?

- Redução do consumo de energia ☐
- Redução da quantidade de matérias-primas utilizadas ☐
- Redução da ocupação de terrenos ☐
- Aumento de disponibilidade de recursos naturais convencionais ☐
- Aumento da disponibilidade de recursos alternativos ☐
- Redução da poluição sonora ☐
- Redução da poluição visual ☐

www.apcdec.org.pt/inquerito_gestao-sustentavel.htm

3/7

09/06/12

APCADEC – Inquérito – Desenvolvimento Empresarial Sustentado

- Redução dos efluentes ☐
- Diminuição dos cheiros ☐
- Aumento da reciclagem ☐
- Redução/ Tratamento de resíduos perigosos ☐
- Outra (especifique): ☐

▶ Parte III – ACTIVIDADES LOGÍSTICAS

3.1- Para si, qual é a actividade logística com maior impacto ambiental (escolha apenas 1 resposta):

- Compras/ Aproveitamento ☐
- Embalamento ☐
- Transporte ☐
- Armazenagem ☐
- Outro: Empresa subcontratada ☐
- Outra (especifique): ☐

3.2 - Na área de COMPRAS/ APROVISIONAMENTO, quais as actividades ecológicas que considera aplicáveis na sua empresa (escolha 3 respostas)?

- Redução do consumo de energia ☐
- Utilização de matérias-primas recicladas ☐
- Utilização de matérias-primas recicláveis ☐
- Fornecedores com preocupações ambientais/ com o sistema ISO 14001 implementado ☐
- Utilização de critérios ambientais na avaliação dos fornecedores ☐
- Existência de cláusulas específicas sobre acções ambientais/ sociais nos contratos de fornecimento ☐
- Preferência de compra de "produtos ecológicos" ☐

3.3 - A nível de TRANSPORTES, quais são as medidas mais importantes para a sua empresa (escolha 3 respostas):

- Planeamento e consolidação de cargas ☐
- Planeamento de rotas ☐
- Utilização de combustíveis "amigos do ambiente" ☐
- Utilização de transportes com motores a gás natural ☐
- Utilização de transportes com motores híbridos ☐
- Utilização de alternativas de transportes menos poluentes (Exemplo: Comboio) ☐
- Outro (especifique): ☐

3.4 - A nível de ARMAZENAMENTO, quais são as medidas mais importantes para a sua empresa (escolha 3 respostas):

- Utilização de embalagens recicladas ☐
- Utilização de embalagens recicláveis ☐
- Desenvolvimento de embalagens com menos consumo de matérias-primas ☐
- Utilização de materiais ecológicos na constituição da embalagem primária ☐

3.5 - Na sua empresa, existem processos de LOGÍSTICA INVERSA?

- ☐ Sim ☐ Não ☐ Não sei/ Não quer responder

Se sim, quais (resposta múltipla)?

www.apcdec.org.pt/inquerito_gestao-sustentavel.htm

4/7

09/06/12

APCADEC – Inquérito – Desenvolvimento Empresarial Sustentado

- Sistemas de recuperação e reciclagem de embalagem ☐
- Sistemas de recuperação e reciclagem do produto ☐
- Responsabilização na recolha e separação ☐
- Outro (especifique): ☐

3.6 – Para além das actividades mencionadas, quais as ACTIVIDADES que considera importantes na sua empresa?

- Desenvolvimento de produtos com preocupações ambientais ☐
- Redesenho da Cadeia Logística com maior eficiência ambiental ☐
- Formação ambiental dos Recursos Humanos ☐
- Auditorias Ambientais ☐
- Subcontratação de empresas para gestão ambiental ☐

3.7 – Atribua o grau de importância/ peso para a sua empresa das seguintes ENTIDADES? (1 – nada importante, 2 – pouco importante, 3 – indiferente, 4 – importante, 5 – muito importante)

	1	2	3	4	5
Entidades ou agentes governamentais/ legisladores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entidades ou agentes não – governamentais (ex: grupos ambientalistas)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fornecedores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Colaboradores/ Trabalhadores/ Sindicatos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Accionistas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organizações financiadoras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Grupos sociais ou comunidades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Competidores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Imprensa (jornais, TV, revistas...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formadores de opinião	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Parte IV – VANTAGENS E OBSTÁCULOS

4.1. – Para si, qual é o principal IMPULSIONADOR na implementação de Políticas Sustentáveis (resposta múltipla)?

- Exigência dos Accionistas ☐
- Necessidade de demonstração da Responsabilidade Social da empresa ☐
- Existência de informação sobre as vantagens das Políticas Sustentáveis ☐
- Existência na empresa de objectivos concretos nesse sentido ☐
- Apoios financeiros cedidos pelo Governo e/ou Entidades externas ☐
- Outro (especifique): ☐

4.2 – Para si, quais são as principais VANTAGENS na implementação de Políticas Sustentáveis (escolha 6 respostas)?

- Redução/ Controlo de custos ☐
- Demonstração pública do compromisso relativo à gestão ambiental ☐
- Melhoria contínua do desempenho ambiental ☐
- Redução dos resíduos e reutilização dos recursos ☐
- Preocupações de resíduos e reutilização de recursos ☐
- Preocupação com o futuro do planeta ☐
- Satisfação de critérios de investimento e melhoria de acesso ao capital ☐

09/06/12

APCADEC – Inquérito – Desenvolvimento Empresarial Sustentado

- Manutenção de boas relações públicas com todas as partes interessadas ☐
- Redução de eventuais indemnizações resultantes de incidentes ☐
- Melhoria da imagem, notoriedade e aceitação no mercado real e potencial ☐
- Obtenção de seguros mais razoáveis ☐
- Desenvolvimento e partilha de soluções ambientais ☐
- Outro (especifique): ☐

4.3 – Para si, quais são os principais OBSTÁCULOS na implementação de Políticas Sustentáveis (escolha 4 respostas)?

- Custos financeiros elevados ☐
- Falta de Recursos Humanos apropriados/ disponíveis ☐
- Falta de conhecimento/ informação disponível ☐
- Complexidade ☐
- Heterogeneidade entre as empresas do mesmo Grupo/ Cadeia Logística ☐
- Falta de apoio da Gestão de Topo ☐
- Alternativas de produtos/ processos sem qualidade ☐
- Hábitos implementados (resistência à mudança) ☐
- Outro (especifique): ☐

Pf, acrescente um comentário sobre Políticas Ambientais nas áreas de Compras/ Logística:

► Parte V – IDENTIFICAÇÃO PESSOAL

(O preenchimento deste grupo é opcional (* à excepção do campo Nome e Email) mas muito importante para direccionarmos melhor a respostas às suas necessidades)

- Nome: *
- E-mail: *
- Idade:
- Sexo:
- Cargo: Outro:
- A quanto tempo está integrado na Empresa:
- Departamento:
- O seu trabalho é:
- Quantas pessoas trabalham nesse departamento:
- É membro individual da APCADEC?
- A organização onde trabalha é membro colectivo da APCADEC?

Enviar

09/06/12

APCADEC - Inquérito - Desenvolvimento Empresarial Sustentado



© **APCADEC** - Associação Portuguesa de Compras e Aprovisionamento

www.apcadec.org.pt/inquerito_gestao-sustentavel.htm

7/7